

**НОВАЯ  
УНИВЕРСИТЕТСКАЯ  
БИБЛИОТЕКА**

**ПЕТР ШТОМПКА**

# **ВИЗУАЛЬНАЯ СОЦИОЛОГИЯ**



**УЧЕБНИК**

## **Визуальная социология**

---

# Socjologia wizualna

Fotografia  
jako metoda  
badawcza

Piotr Sztompka

Петр Штомпка

# Визуальная социология

Фотография  
как метод исследования

*Учебник для студентов высших учебных заведений,  
получающих образование по направлению  
(специальности)*

*«Социология»*

—  
—  
Москва ■ Логос ■ 2007

УДК316.1/.2  
ББК60.5 Ш92

*Настоящая публикация дотирована Институтом Книги  
Программа переводов «CDPOLAND»*

### **Штомпка П.**

**Ш92** Визуальная социология. Фотография как метод исследования: учебник/ пер. с польск. Н.В. Морозовой, авт. вступ. ст. Н.Е. Покровский. — М.: Логос, 2007. — 168 с. + 32 с. цв.ил.

**ISBN 978-5-98704-245-3**

В широком социально-философском и культурологическом контексте рассмотрены теоретические основания и практика использования фотографии как метода социологического исследования. Показаны особая роль визуальных представлений, проявлений и воображения в современном и особенно в постсовременном обществе. Освещены основные вехи развития социально ориентированной фотографии и показан путь, пройденный по направлению к социологической фотографии. Охарактеризовано общество в фотографическом объективе, включая человеческие личности, действия, социальное взаимодействие, коллективность, культуру и окружающую среду общества. Представлены возможности фотографии в качестве дополнения к другим методам социологии. Проанализирован фотографический образ как предмет интерпретации. Изложены теоретические аспекты развития визуальной социологии.

Для студентов высших учебных заведений, получающих образование в области социологии, культурной антропологии, этнографии, журналистики. Представляет интерес для широкого круга ученых и специалистов социально-гуманитарной сферы, практикующих использование фотографии и других методов отображения визуальных аспектов общественной жизни.

ББК 60.5

**ISBN 978-5-98704-245-3**

© by Wydawnictwo Naukowe PWN ISA,  
Warszawa, 2005

© Морозова Н.В., перевод, 2007 ©

Покровский Н.Е. «Умение видеть  
и искусство понимать», 2007

© Логос, 2007

# Оглавление

<i>Н.В. Покровский. Умение видеть и искусство понимать</i> .....	vii
Введение .....	1
<b>Глава 1. Визуальность мира и визуальное воображение</b> .....	5
1.1. Визуальные представления .....	5
1.2. Визуальные проявления .....	12
1.3. Визуальное воображение .....	16
<b>Глава 2. Социология в фотографии</b> и фотографии в социологии .....	19
2.1. Социально ориентированная фотография .....	19
2.2. На пути к социологической фотографии .....	24
<b>Глава 3. Общество в объективе</b> .....	28
3.1. Визуальные данные социологии .....	30
3.2. Человеческие личности .....	33
3.3. Действия .....	34
3.4. Социальное взаимодействие (интеракция) .....	35
3.5. Коллективность и коллективные действия .....	37
3.6. Культура .....	38
3.7. Окружающая среда общества .....	40
<b>Глава 4. Фотография как дополнение</b> к другим методам социологии .....	45
4.1. Критический реализм .....	45
4.2. Наблюдение .....	48
4.3. Анализ содержания .....	57
4.4. Метод личных документов .....	62
4.5. Интервью с интерпретацией фотографий .....	67
4.6. Функции фотографий в социологических исследованиях. ..	72
<b>Глава 5. Фотографический образ</b> как предмет интерпретации .....	77
5.1. Герменевтический анализ .....	78
5.2. Семиотическая интерпретация .....	83

---

5.3. Структурная интерпретация.....	89
5.4. Дискурсивная интерпретация.....	94
<b>Глава 6. Теоретические аспекты визуальной социологии .....</b>	<b>101</b>
6.1. Фотография и социологическая теория.....	101
6.2. Феноменологическая социология .....	107
6.3. Этнометодология.....	113
6.4. Драматургическая социология .....	120
 Заключение .....	 129
 <b>Приложение. Тренировка визуального воображения ....</b>	 <b>131</b>
Интерпретация визуального воображения .....	131
Активное фотографирование .....	135
 Список литературы.....	 141
Предметный указатель.....	148

## Умение видеть и искусство понимать

В ваших руках, читатель, - необычная книга. В ней излагаются идеи и суждения Петра Штомпки, одного из крупнейших социологов современности, об использовании фотографии как социологического метода - средства регистрации социальных фактов и явлений и одного из инструментов их интерпретации.

С одной стороны, необычно само понятие визуальной социологии. Ведь оно сокрушает привычное представление о социологии как словесной дисциплине, опирающейся на опросы, сбор статистических данных, описание и анализ на их основе общественных отношений и поведения людей. В своих теоретических построениях социология даже как бы и незряча, и невидима: она состоит из абстрактных понятий и теоретических конструкций, объясняющих социальный мир.

Но, с другой стороны, общественная жизнь и участвующие в ней люди — а именно человек общественный является предметом социологии, даны нам наглядно. Все вокруг, что делают люди, *зримо, видимо, представлено в образах*, а значит, доступно визуальной фиксации. И Петр Штомпка показывает и доказывает, что для познания социальной жизни поток зрительных образов зачастую может дать не меньше, чем поток слов, высказываний и суждений. А точнее, что социология должна не только слушать и записывать, но и видеть и отображать - и лишь в синтезе того и другого она познает свой предмет в его целостности.

Приобретая новое - *визуальное* - измерение, социология не просто использует сравнительно недавние и новейшие достижения техники и технологии фиксации, сохранения и передачи изображений. Первопричина таится глубже. Она во многом связана с кардинальным расширением сферы визуального в самой общественной жизни. Краткий анализ этого многопланового феномена и его неоднозначных последствий мы предпосылаем книге Петра Штомпки в качестве своего рода вступительного слова.

Мир становится визуальным. И одновременно он высвечивается гранями виртуальности. С одной стороны, наше восприятие все больше и больше нагружается яркими зрительными образами, обрушивающимися на нас с щитов наружной рекламы, проникающими в наше сознание с помощью цифровых технологий телевидения, видео и фотографии. С другой стороны, высочайший уровень фиксации и обработки изображений не приближает нас к самой действительности. Создается особая действительность - виртуальная.

Виртуальность - это реальность, основанная на силе воображения, идеализации, приемах ухода от воздействия материально-



сти и *системное* распространение этого процесса на все сегменты социальной структуры общества и институты, это сознательное и «инженерно» сфокусированное конструирование условных феноменов, приобретающих статус основных. Процесс, который можно условно назвать виртуализацией, становится все больше заметным и значимым не только на микро-, но и на макроуровнях. Под «виртуализацией» необходимо понимать процессы, которые создают некую «другую», идеально-фантазийную (имажинативную) реальность, замещающую повседневную жизнь и воздействие материальных факторов на жизнь общества.

В 2005 году Американская лингвистическая ассоциация выделила ключевое, наиболее выразительное понятие, доминирующее в современном обществе (возможно, и имплицитно). И этим понятием стало *truthiness* («правдоподобность»). Это понятие лингвисты определили как «качество, присущее сформулированной концепции, которую индивидуум принимает или предпочитает принимать за действительность вместо того, чтобы верить фактам». В известной мере сконструированный имидж замещает реальность и постепенно начинает главенствовать над ней.

Тесная связь виртуализации с общественно-технологическими реалиями XX века не вызывает сомнения. Однако связывать виртуализацию исключительно с развитием современных технологий коммуникаций едва ли правомерно. Этот процесс в своих элементах и фрагментах уходит в глубины культуры и ретроспективу ее истории. В основе виртуализации, на наш взгляд, лежит базовая для человека способность к воображению, идеализации, интеллектуальной деятельности, основанной на продуцировании абстрактных моделей и образов. Значимость мира мыслимого, «интелигибельного», в отличие от мира, раскрываемого в ощущениях, постоянно нарастала в ходе истории человечества. В известной мере преодоление биологической природы человека было (и продолжает оставаться) вектором эволюции.

В этом смысле можно утверждать, что виртуализация - неизменный спутник и продукт культуры как таковой.

На ранних этапах становления философского рационализма, в частности у Платона, были сформулированы принципы, согласно которым мир идеальных сущностей и форм обладает большей степенью реальности, чем мир материальных предметов. Дальнейшая история европейского идеализма и рационализма, в лице Декарта провозгласившая субстанциальный дуализм и параллелизм бытия и идеального мышления, увенчалась гегелевским абсолютным идеализмом, согласно которому мир, данный в ощущении, есть продукт саморазвития познающей себя идеальной субстанции.

Другая ветвь европейской философии породила «грезящий идеализм» Беркли, уводивший человека в мир субъективных феноменов, «комплексов ощущений», не релевантных материальности.

Можем ли мы рассматривать эти и иные инварианты идеализма, делавшие главный акцент на продуктивной силе сознания, в качестве предыстории виртуализации? Разумеется, о терминах и понятиях можно и должно спорить. Но в любом случае такая постановка вопроса имеет право на существование. При этом речь идет не только и не столько об истории философии. В более широком плане культура вырабатывает общественные и широко распространенные формы институализации идеальной сферы. Это, прежде всего, религия, искусство, психоделические практики в своих различных вариантах. В контексте этих социальных феноменов и практик индивид и индивиды с различной степенью интенсивности погружают себя в мир имажинативного, создают свой имматериальный мир и существуют в нем - от кратковременных точечных проникновений и прикосновений вплоть до профессионально обусловленных программ коллективных действий и полной (невозвратной) идентификации с этим миром. Более того, как представляется, любые формы концентрированной продуктивной интеллектуальной деятельности фактически соприкасаются со сферой идеального как универсума. А это подразумевает, хотя бы потенциально, перспективу погружения в это идеальное.

Культура уже достаточно давно выработала инструментарий и набор образцов виртуализации. Формы фантазийной зависимости достаточно разнообразны. Они простираются от сферы художественной литературы, когда писатель силой креативной воли полностью отождествляет себя с миром своих героев (Флобер: «Мадам Бовари - это я»), входит в этот мир и пребывает в нем, от грандиозных виртуальных проектов в сфере политики (социалистическая теория и социалистическая революция в России XX века) до теоретической социологии, пытающейся в замкнутом круговороте продуцировать понятия, порождаемые «духом самих понятий», потерявших вектор своей корреляции с реальным социальным миром. Подчас эти формы приобретают замкнуто-сектантский характер, во многих иных случаях они становятся массовыми и тиражируемыми и тем самым порождающими саморазвивающийся *миф*.

Надо признать, что в своей социальной проекции виртуализация подчас соседствует и взаимодействует с такими явлениями, как сознательно применяемая общественная ложь и институализированный обман. В известной мере, это также инструменты виртуализации, используемые с целью закрепления экономической и политической власти (вполне материальной по своей природе). Виртуализация и сознательно стимулированное - различными

способами - балансирование на грани «этого» и «того» миров и связано с уходом либо в мир прошлого (Дон Кихот как своеобразный символ виртуализации<sup>1</sup>), либо в мир футуристической фантастики (фильмы «Матрица», «Дневной дозор» и многие другие).

Предпринятые выше попытки наметить исторические корни и традиции виртуализации, между тем, не могут снять вопрос о принципиально новом характере виртуализации XX-XXI веков, эпохи информационной революции и глобализации.

До XX века конструирование фантазийных миров, даже в своих наиболее интенсивных формах, не носило массового и стереотипно-продуцируемого характера. Оно было рассчитано на отдельные социальные группы (социальные слои и субкультурные сообщества), которые пользовались правом потреблять роскошь имагина-тивности в тех или иных ее формах. Пожалуй, только религия давала пример тотальной массовости.

В нашу эпоху виртуализация приобрела иной, всеобщий характер. И в этом состоит, быть может, главная особенность современной культуры. В свое время эта эпоха отдаленно началась с гутенберговского книгопечатанья и широкого тиражирования художественных текстов, прошла в XIX веке этап тиражной печатной прессы, в XX веке достигла новых высот технологичности в кинематографе, радио и телевидении. Конец XX века ознаменовался всеобщим внедрением Интернета и цифровых технологий, во многом сделавших виртуализацию достоянием сотен миллионов пользователей. И то, что прежде, на протяжении веков, было уделом избранных, в наши дни стало всеобщим.

Развитие технологий информатизации способствовало тому, что два основополагающих понятия - время и пространство - перестали быть однозначными, они диверсифицировались и плюра-лизировались. *Anything, anywhere, anytime* - таков лозунг индустрии, создающей имиджи и распространяющей их. Географические показатели пространства уже не играют столь значительную роль в жизни общества, как это было совсем еще недавно. Географическое пространство все меньше и меньше является для нас первостепенным. Оно стало пластичным, искусственно конструируемым по месту и времени, разделяемым на части и легко воссоединяемым по желанию креативщика. Интернет сокращает до минимума информационные дистанции между людьми. Время, которое также

<sup>1</sup> Сервантес создает выдающееся художественное произведение, полностью имагинативное, то есть виртуальное, как и любое другое произведение художественной литературы. Главный герой романа, Дон Кихот, рыцарь печального образа, в свою очередь, создает в своем воображении мир давно ушедшей рыцарской эпохи и буквально живет в этом мире, болезненно соприкасающимся с реальностью. Одна виртуальность множится на другую.

претерпело изменение, перестало быть объективным, это уже не показатель процессов, фактов, это нечто другое для современного человека, а именно длительность между подключениями к активной «матрице» виртуализации, будь то телевизор, компьютер, иллюстрированный журнал или мегамолл в качестве храма потребления. Развитие медиа, которое последовало за прогрессом в науке и технике, привело к тому, что сейчас информация является одним из самых необходимых ресурсов для человека.

Это повлекло за собой пришествие и нового человека, вполне соответствующего эпохе виртуализации и информатизации. Пластичность потребителя виртуальности стала ведущей характеристикой личности - *«Каждый может быть любим»*. И легкодоступность виртуализационных технологий делает это возможным практически для каждого. Современный школьник старших классов на своем домашнем компьютере может самостоятельно творить реальность компьютерных игр и компьютерного графического пространства, уходить в это пространство, подключенное к Интернету, и жить в этом чисто виртуальном мире. Синдром интернет-компьютерной зависимости постепенно становится нормой в современном обществе.

Социальная наука может изучать современное состояние общества так же, как делала это в XIX веке, но в данном случае огромная сфера изучения окажется вне поля зрения ученых, что приведет к проблемам в самом обществе. Поэтому в условиях виртуализации жизни необходим другой подход к изучению социальных явлений.

Прежде чем разработать какой-то оригинальный и эффективный подход, необходимо понять и описать все те изменения в нашей жизни, которые можно назвать «виртуализацией».

Значительнее в нашей повседневной жизни становится роль образов, роль изображений, роль ощущений, которые не пытаются отражать действительность, но создают свои миры. Копия начинает обладать сходством с референтом, поскольку строит себя по образу идеи. Постепенно *копия замещает референт и приобретает самостоятельность*. Симулякр - это копия копии, лишенная подобия. Уход от аутентичности и погружение в мир «копий копий» сопровождается возникновением соответствующих широко распространенных и всем известных форм русского языка: «как бы», «на самом деле» и пр. *Виртуализация - это все «как бы» настоящее, но «на самом деле» не настоящее*. Симулякр становится нерепрезентативной моделью, не подразумевающей существования объективного референта. В итоге виртуализация приводит к тому, что симуляция становится сначала параллельной реальности, а затем и имманентной реальности. Реальность наполняется и взрывается изнутри виртуальностью.

Таким образом, средства виртуализации формируют *миры*, то есть замкнутые универсумы сколь угодно большого или локального масштаба. «Мир медиа», «мир рекламы», «мир моды» («мир кожи», «мир паркета», «мир меха») порой становятся для массового потребителя первостепенными и более важными, чем сами товары, факты и люди<sup>2</sup>. В конце концов, прежде всего потребляется бренд, а не сам товар. Процессы виртуализации и потребления симуляционного бренда во всех сферах пронизывают жизнь современных сообществ. Зафиксировать и описать эти процессы - одна из основных целей исследовательской программы. «Виртуальная корпорация», «виртуальная TV студия», «виртуальная демократия», «виртуальные деньги», «виртуальное обучение», «виртуальное общение», «виртуальная игрушка» и т.п. Этот список можно продолжить. Многообразие воздействия виртуальной сферы на общество дает основание ставить вопрос о тенденции возникновения в обществе нового измерения. Разумеется, не стоит впадать в крайность и объявлять всё и вся продуктом виртуализации. Но и очевидное развитие этого процесса невозможно отрицать. Мир, с одной стороны, становясь все более и более материальным, физиологичным и бизнес-ориентированным, с другой - уходит в имматериальную сферу воображаемого, сконструированного, «параллельного» и симуляционного.

Пути аналитического проникновения в мир виртуального могут быть достаточно разнообразными. Основным методом по-прежнему можно считать интеллектуальное моделирование процессов виртуализации и определение внутренних смысловых граней этого процесса. Существенную роль в конструировании этих множественных миров играет *визуальность*. Она сокращает путь к имажинативному, она более доходчива, впечатляюща, более захватывающа. В конце концов, 80% информации, получаемой человеком, приходят через зрительные рецепторы.

Изображения, зрительные ощущения приглашают в мир виртуального, обладая при этом чертами принудительной убедительности, доходчивости и коммуникативности. Это образы рекламы, дизайн, мультимедиа, компьютерные игры, мода, архитектура, «боди-фитнес», макияж, «бодибилдинг», «фейс-контроль», фотография и видео. Их нельзя считать некоей второстепенной оболочкой виртуальной реальности. Они входят в ее структуру в качестве значимых самостоятельных компонентов и нагружаются особым

---

<sup>2</sup> Указанные рекламные слоганы и названия весьма характерны с социологической точки зрения. Практически каждая мизерабельная потребительская практика, получившая массовое распространение, претендует на создание своего виртуального «мира».

смыслом. Зафиксировать и описать эти смыслы - одна из основных целей исследовательской программы.

Визуальные образы (скорее, «симулякры») преследуют современного человека повсюду. Они прорываются сквозь оболочку индивидуальной защиты и оказывают мощное воздействие на психику. Сфера визуального восприятия превращается в основной канал связи с виртуальной реальностью. Казалось бы, безобидная наружная реклама, убаюкивающий восприятие гладкий дизайн интерьеров и предметов быта, плазменные панели, вещающие по спутниковым каналам в огромных объемах, - все это и есть проникновение виртуальной визуальности в мир человека наших дней.

В академическом преподавании средства наглядной визуальности (постер-сессии, программа RодаегРошfi и др.) захватывают все большие и большие пространства. Виртуальные аудитории, объединяющие по каналам IP-телефонии в режиме on-line университеты различных континентов, создают прообраз университетов будущего.

Характерная особенность современных обществ состоит и в том, что визуальные конструкты постепенно вытесняют вневизуально-интеллектуальные. Так, книга и собственно чтение уступают место потреблению визуальных имиджей («картинки» любого рода, плакат-реклама, телесериал и пр.<sup>3</sup>). При этом, как представляется, речь идет не о временной флуктуации рынка культурных продуктов, а об изменившемся векторе развития культуры как таковой. В этом смысле и проникновение в Зазеркалье виртуальности в значительной степени может идти по пути расшифровки визуальных имиджей.

Книга выдающегося польского социолога Петра Штомпки посвящена визуальной социологии. Она рассчитана на тех, у кого обострено чувство зрительного восприятия мира. И, надо сказать, это чувство не самоочевидно, оно свойственно далеко не всем. Миллионы людей смотрят вокруг себя, но не видят окружающего мира, их взгляд словно проскальзывает по поверхности визуального, не проникая вглубь. Предлагаемая читателям книга учит нас не только фиксировать наш взгляд на мире вещей и мире людей, но и постоянно искать внешние индикаторы внутренних феноменов. А это большое искусство, опять-таки свойственное не всем. Отдельные люди наделены им от рождения, другие благоприобретают его, третьи никогда не овладевают умением визуального анализа, навсегда оставаясь вне круга визуализаторов.

<sup>3</sup> Примечательно, что даже книжная продукция теперь нагружается и перегружается иллюстративно-визуальным материалом в противовес чисто текстовому. Развитие индустрии так называемой глянцевого прессы - лучшее тому свидетельство. Все, что возможно, переносится в зрительно-изобразительную сферу. Пример с учебниками по истории социологии, превращенными в сериальные комиксы, прекрасное тому свидетельство.

В социологическом мире постоянно идут дискуссии о том, насколько визуальный анализ адекватен целям и методам социологии как таковой. При этом задаются вопросы: На каком основании делают те или иные выводы в контексте анализа визуального ряда? Не есть ли свобода множественных интерпретаций зрительных индикаторов лишь прикрытие субъективного произвола неоправданных суждений - по принципу «Я вижу это так, а вы - совершенно иначе. И кто же прав»? Но здесь в силу вступает принцип процессуальной дискуссии. Действительно, множественность интерпретаций одних и тех же зафиксированных зрительных феноменов практически всегда имеет место. Но процесс коллективного анализа (обсуждения) как раз и становится основой анализа. В столкновении точек зрения возникает социальный феномен.

Визуальный анализ обладает несомненными эвристическими свойствами. Молодые социологи овладевают так называемым социологическим воображением. Оно ориентировано на познание и понимание социального мира с помощью объединения социальной теории и навыков работы с фотокамерой. Используя визуальную информацию, социолог с помощью социологического воображения может проникнуть в суть явлений и процессов окружающего социального мира.

*Sociological imagination* - важное понятие современной социологии. Оно было введено Ч.Р. Миллсом<sup>4</sup> для обозначения принципа социологической генерализации, то есть подведения конкретных фактов под обобщенную категорию или тенденцию, выхода за пределы наивной и обыденной созерцательности и перехода к аналитике социальной реальности. Социологическое воображение фактически является необходимым условием социологического мышления как такового<sup>5</sup>. Социология вне социологического воображения невозможна, это основа социологии как профессии. Визуальная дидактика рассчитана на развитие социологического мышления студентов и ставит своей целью научить максимально полно использовать визуальные средства для анализа окружающего мира. Будущие социологи с помощью фотофиксации внешних признаков тех или иных явлений учатся тому, как распознавать глубинные тенденции жизнедеятельности общества. Не так давно, в 2005 году, профессор Петр Штомпка давал мастер-класс по визуальной социологии на кафедре общей социологии Государственного университета - Высшей школы экономики. И здесь сполна проявился талант выдающегося социолога завое-

<sup>4</sup> Миллс, Чарльз Райт. Социологическое воображение/ Пер. с англ. О. А. Обемко; Под общ. ред. Г.С. Батыгина. - М.: NOTA BENE, 2001. - 263 с.

<sup>5</sup> См. также: Штомпка П. Теоретическая социология и социологическое воображение // Социологический журнал. 2001. №1. С.148-149.

вывать аудиторию своей интеллектуальной харизмой. Пустив по аудитории отпечатки своих фотографий, социолог шаг за шагом погружал присутствующих в глубинные слои социальной реальности. На наших глазах визуальное становилось социологически реальным. Замечательными авторскими снимками наполнена и книга П. Штомпки «Социология. Анализ современного общества»<sup>6</sup>, ставшая популярным учебником социологии во многих странах мира, включая и Россию.

Когда-то, впрочем, совсем еще недавно, фотография было своего рода колдовством, доступным далеко не всем. В темноте домашней лаборатории, чаще всего в ванной комнате, при свете красного фонаря в ванночке с проявителем возникали на бумаге образы мира. В этом было что-то магическое. И фотографа нередко воспринимали в качестве волшебника, почетного гостя, важного человека, умеющего остановить мгновение и зафиксировать его. Со временем изобрели «мыльницы» - простенькие пленочные камеры, не требовавшие большого тщания при съемке. И тут же родился феномен «One-hour photo» - коммерческая печать любых снимков за один час. Наши дома стали стремительно наполняться стандартными цветными снимками, которые в лучшем случае хранились в альбомчиках, а в худшем - бессистемно складывались в картонные коробки из-под обуви. Посещение друзей в их квартирах превратилось в мучение. Гости немедленно нагружали кипой альбомов, в которых он был вынужден рассматривать типовые фотоимиджи. Более того, всякое путешествие превратилось в нескончаемый процесс фотографирования - без цели, без эстетики, без понимания смысла визуального. Джон Урри назвал это *tourist gaze*, то есть взгляд туриста, «впертый» в реальный ландшафт и преобразующий этот ландшафт, ибо внешняя среда силами туристических дизайнеров стала все больше и больше подыгрывать туристам, словно приглашая их: «Сними меня, сними меня». Но для чего? Ответ дает феномен, получивший название «синдром Кодака» (Н. Покровский). Турист, делая бесконечные серии снимков, стремится захватить и, в конечном счете, присвоить часть символического пространства и стать его обладателем. Визуальные образы стали нашим символическим и виртуальным сокровищем, которое, правда, ни на что не обменивается и никому особенно не нужно, кроме самого его обладателя.

Цифровая революция все перевернула верх дном. Теперь уже каждый неопит с помощью своей мегапиксельной цифровой камеры и последующей компьютерной обработки снимков стал способен не просто творить визуальные чудеса, а создавать свою

---

*Штомпка П.* Социология. Анализ современного общества. М.: Логос, 2005.



собственную реальность, переносить ее в Интернет и фактически растворяться в нем. Возникла проблема не столько захвата изображения, сколько его складирования и систематизации. Жесткие диски компьютеров наполняются тысячами цифровых изображений, которые никто и никогда не просматривает, ибо их так много и они так неинтересны. Но в этой лавине зафиксированных изображений стала находить свое новое амплу социология. Она не ориентируется на эстетику и особенное, для социологии важна фактографичность и типичность. И потому каждый более или менее вразумительный снимок может стать в своем социальном контексте предметом для анализа. Можно сказать, что «цифра» воссоздала визуальную социологию.

Сегодня в мире многие занимаются визуальной социологией, читаются курсы по этому предмету, издаются журналы, проходят конференции. Книга П. Штомпки еще раз и весьма убедительно подтверждает большое эвристическое значение фотографии как метода социологических исследований и широко раскрывает двери визуальному анализу.

В России визуальная социология еще не приобрела статус академической дисциплины, в обязательном порядке изучаемой социологами и студентами родственных специальностей. Выход в свет книги Петра Штомпки, несомненно, даст творческий импульс не только использованию фотографии для регистрации социологических фактов, но и повсеместному введению в вузах учебной дисциплины «Визуальная социология». Лучшего учебника, чем рассматриваемая книга, для этого трудно пожелать.

Смело рекомендую книгу П. Штомпки «Визуальная социология» в качестве учебника для студентов высших учебных заведений, получающих образование по направлению (специальности) «Социология». Благодаря своему высокому научному уровню книга, по моему убеждению, представляет значительный интерес как для ученых, исследующих проблематику социально-гуманитарных наук, так и для социологов-практиков, занятых прикладными социологическими исследованиями. Не сомневаюсь, что книга вызовет интерес у той многочисленной категории читателей, которые осмысленно держат фотокамеру в руках и стремятся с ее помощью запечатлеть быстро развивающуюся действительность.

*Н.Е. Покровский*

## Введение

Визуально доступные для восприятия аспекты социального мира являются предметом растущей заинтересованности представителей общественных наук. Исследования в этой области предпринимаются учеными в самых различных сферах социально-гуманитарного знания. Какое место среди них занимает визуальная социология и в особенности тот ее сегмент, на который указывает подзаголовок этой книги: фотография как исследовательский метод?

В подходе, представленном автором, область визуальной социологии, с одной стороны, уже, а с другой - шире типового анализа. Она уже и по охвату зрительно воспринимаемых явлений, и по разносторонности их анализа в сравнении с междисциплинарными исследованиями так называемой визуальной культуры [8; 97; 133]. Предметом исследований визуальной культуры являются различные зрительные образы, которые принадлежат человеческой культуре: живопись, графика, скульптура, фотография, реклама, телевидение, кино, видео, компьютерные игры, Интернет и др. В этой книге мы займемся только одним из этих видов - фотографией, да и то с точки зрения только одной дисциплины - социологии. Это значит, что мы будем искать в фотографии отражения различных сторон общественной жизни.

Проводимый анализ будет, однако, шире типовых исследований визуальной культуры и тоже в двойном смысле - и по диапазону, и по перспективе. Во-первых, нас будет интересовать не только сфера визуальных представлений, т.е. специально создаваемых картин (например, в сфере искусства, рекламы, средств массовой информации), но и все то, что в общественной жизни представлено наглядно, ее визуальные проявления, или, как это определяет Маркус Бэнкс [7, р. 11], «видимые культурные формы», возникающие без какого-либо творческого замысла. Например, не только облик ковбоя на рекламном билборде «Мальборо» - намеренно стилизованный под стереотип крутого мужчины Дикого Запада известной рекламной серии «Человек Мальборо», но и одежда прохожих на улице, фасады зданий или цвет проезжающих автомобилей.

Визуальные представления плюс визуальные проявления совместно образуют визуальный универсум общества, иначе говоря, «общественную иконосферу», что, собственно, и является предметом визуальной социологии. Предметом будет не только то, что сфотографировано (фотографический образ или разновидность визуального изображения), но и то, что поддается фотографированию (те внешне воспринимаемые аспекты общественной жизни,

а стало быть, визуальные проявления общества, которые может зафиксировать объектив фотоаппарата). Подобным образом понимают визуальный универсум современные теоретики культуры Штуркен и Картрайт, которые отмечают, что «Визуальность касается того, как мы видим повседневные объекты и людей, а не только те вещи, которые считаем визуальными образами» [133, p. 370]. Такой широкий диапазон придают визуальным исследованиям также Эммисон и Смит: «Визуальное - это исследование уже не только изображений, но и того, что видимо и наблюдаемо» [43, p. ix].

Во-вторых, фотографический образ в перспективе визуальной социологии представляет собой не только самостоятельный объект познания, но и средство познания чего-то большего, а именно общественной жизни. Общественные науки должны обогатить, с одной стороны, анализ и интерпретация существующих фотографий, извлекающих то, что они говорят об обществе, а с другой - активное фотографирование, т.е. целенаправленное создание новых фотографий, соответствующих социологическим вопросам. На вопрос: «Должны ли исследователи изображений сами создавать картины, которые в дальнейшем будут подвергаться анализу, или могут удовлетвориться анализом многочисленных созданных образов» - Эммисон и Смит отвечают: и то, и другое [43, p. 2]. Ион Вагнер прав: «Рассматривание фотографий может быть таким же творческим занятием, как и их создание» [77, p. 151]. Более того, интенсивное общение с фотографическими материалами (например газетными фотографиями, репортерскими фотографическими эссе) повышает восприимчивость тех аспектов общества, которые могут быть в дальнейшем самостоятельно сфотографированы. «Процедура получения информации, содержащейся в фотографиях, является наилучшей подготовкой к фотографированию, дающей уверенность, что последующие снимки будут включать оптимальное содержание для исследований» [33, p. 164]. Использование анализа имеющихся фотографий и самостоятельное фотографирование как исследовательские методы, дополняющие традиционные методы социологии, - главная тема этой книги. «Хороший социологический глаз», - это, в нашем понимании, обязательная компетенция социолога.

Визуальная социология - дисциплина очень молодая, далеко неустоявшаяся, «воспринимаемая как изолированная, самодостаточная и несколько эксцентричная специализация» [43, p. ix]. Возможно, это проистекает из того, что социология главного направления, как и другие науки, «замкнута в круге Гутенберга: слова и числа являются наиважнейшими, визуальные образы подозрительны»

[138, р. 68]. Это серьезное познавательное ограничение, особенно если принять во внимание, какую большую роль играет зрение в нашей повседневной жизни: «Видение, которое, естественно, является центральным аспектом нашего образа жизни, оказывается только периферийным предметом интереса при исследовании общественного порядка (...) Что касается визуальных явлений, общественная наука практически слепа» [77, р. 13]. Даже тогда, когда признавалась полезность фотографии для социологии, долгое время ее роль виделась только в качестве регистратора общественных явлений (в особенности их материальных проявлений или так называемой материальной культуры) либо в виде простой иллюстрации текстов, имеющей дидактическую ценность, но не вносящей нового познавательного содержания. Так использовали фотографию главным образом антропологи и этнографы.

Только недавно замечено, что фотография может служить более глубоким познавательным целям - «не только как способ регистрации данных или иллюстрации текстов, но и как посредник в получении нового знания или критической перспективы» [108, р. И]. Интеллектуальное отделение визуальной социологии от развиваемой ранее визуальной антропологии или визуальной этнографии [35; 108] начинается только в 70-е годы XX в., а первые проявления институционализации в среде социологов - только в 80-е годы. Первые курсы визуальной социологии предлагались в американских университетах с середины 70-х годов, а первые результаты были представлены в книге под редакцией Иона Вагнера [77]. Первый обзор исследовательских проектов, выполненных в рамках новой дисциплины, был сделан Говардом Беккером (Howard Becker) [45]. В 1981 г. создана Международная ассоциация визуальной социологии (International Visual Sociology Association), а с 1986 г. начинает издаваться журнал *Visual Sociology*.

Первый социологический словарь, в котором появилось понятие «визуальная социология», - это оксфордский «Словарь социологии и общественных наук» 1994 г. (пол. изд. 2004 г.). Любопытно, что в монументальной 24-томной *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences* под редакцией Нейла Смелзера (Neil Smelser) и Поля Балта (Paul Baltes) [78] находим только «визуальную антропологию», а «визуальной социологии» вообще нет. Первый учебник визуальных методов в общественных науках также назывался «Визуальная антропология» (*Visual Anthropology*), несмотря на то, что эта книга содержит много подсказок, полезных для социологов [35]. В 1989 г. в Амстердаме состоялась одна из первых теоретических конференций, посвященных роли изображений в общественных науках, на тему «Визуальная антропо-

логия» [46]. Бесспорно, визуальная социология еще не получила полного признания как отдельная дисциплина. В результате визуальные социологи все еще составляют второстепенное меньшинство в своей профессиональной среде..

В Польше социологи долго не замечали познавательного потенциала фотографии, в то же время с начала 1980-х годов интерес к социологии проявляют фотографы-художники и фотожурналисты. Самоуверенно думаю, что интерес к социологии, как, разумеется, и к общественной тематике, присутствовал в польской фотографии гораздо раньше. Однако только в 1981 г. на страницах журналов, специализирующихся в области фотододела, начинаются дискуссии о роли фотографии в мастерской социолога Земильского [152] или о значении фотографии как «зеркала общественной жизни» (*Fotografia*, 1981, № 2, с. 8-24). В 1980 г. состоялся первый Все-польский смотр социологической фотографии в Бельско-Бялой. В то же самое время Софья Рыдет обнародовала уже классический на сегодня фотографический проект «Социологическая запись» (см. [120]), в котором продемонстрировала снимки представителей различных общественных кругов и классов на фоне их характерных жилых интерьеров. Потребовалось еще 20 лет, чтобы первые курсы визуальной социологии были организованы в Ягеллонском университете, а секция визуальной социологии впервые действовала на Всепольском социологическом съезде Польского социологического общества в Познани в сентябре 2004 г.

Имея дело с дисциплиной *in statu nascendi*, проблемную область и перспективы необходимо трактовать только как предложения автора, а не как окончательную кодификацию. Безусловно, еще не настало время для написания учебника по визуальной социологии. Однако очень быстрое развитие этой дисциплины, которому сопутствует растущий интерес студентов и исследователей, оправдывает попытку упорядочить то, что в этой области сделано и делается. Такой же ограниченный характер имеют иллюстративные материалы, помещенные в этой книге. Автор много лет любительски занимается фотографией и профессионально - социологией. Его собственные снимки, а только они помещены в этой книге, представляют одно выбранное направление визуальной социологии - фотографическую иллюстрацию социологических понятий и идей. Примеров иных направлений, часто более богатых в социологическом смысле, как, например, реализованные в течение долгого времени фотографические циклы или межкультурные сравнительные проекты, читатель должен будет искать самостоятельно, используя ссылки, содержащиеся в тексте или списке литературы.

## Глава 1

### **Визуальность мира и визуальное воображение**

Современный мир наполнен визуальными образами. Это подчеркивают многие исследователи визуальной культуры. Малколм Барнард утверждает: «То, что визуально, стало важным опытом в жизни людей. Мы все более подвержены влиянию визуальных материалов и зависимы от них» [8, р. 4]. То же самое отмечает Николас Мирзоев: «Можно говорить о важном значении визуальных ощущений в повседневной жизни» [97, р. 7]. Другими словами, наш мир становится все более зрелищным. Это выражается двояко: окружение нашей общественной жизни переполнено образами (визуальными представлениями) разнообразнейшего рода, а наблюдаемые аспекты (визуальные проявления) окружающего нас мира более выразительны, разнообразны и богаты, чем когда-либо. Иначе говоря, повышается образность нашего окружения. Проанализируем эти два тезиса.

#### 1.1. Визуальные представления

Многие авторы замечают «образный возврат» в современном обществе и особенно - в постмодернистском: «Наша культура все больше становится визуальной. В течение последних десятилетий в западной культуре доминируют визуальные средства массовой информации над устными или текстовыми сообщениями (...) Мы живем в культуре, которая все больше насыщается визуальными образами с разными целями и задуманными эффектами» [133, р. 1,10]. Сьюзен Зонтаг добавляет: «Общество становится "современным" тогда, когда одним из его главных действий является производство и потребление образов» [130, р. 153]. Это следует из определенных функциональных императивов капиталистического общества: «Капиталистическое общество требует культуры, опирающейся на образы (...) Камера определяет реальность двумя способами, существенными для функционирования развитого промышленного общества: как спектакль (для масс) и как предмет наблюдения и контроля (для правящих)» [130, р. 178].

С точки зрения доминирующих свойств культуры выделяют даже три следующие друг за другом исторические эпохи: оральную, вербальную и визуальную. В первой в межчеловеческом общении доминируют устные сообщения. Люди объясняются посредством разговора. Это очень ограничивает круг общающихся в силу необходимости их пространственной близости: общение происходит «лицом к лицу». Во второй эпохе появление письма позволило фиксировать опыт, наблюдения и информацию и делиться ими с более широким кругом лиц. Отменяется условие пространственной близости: письмо доходит до лиц, удаленных в пространстве. Более того, преодолевается ограничение по времени, появляется возможность передавать опыт, наблюдения, информацию следующим поколениям. В эпохе письма переломным является изобретение книгопечатания, когда текст уже может быть размножен и доставлен неограниченному количеству получателей. Письмо и печать - необыкновенно важные факторы возникновения современного общества, а особенно той его характеристики, которая определяется как массовость культуры.

Наконец, в визуальную эпоху большое значение в межчеловеческом общении приобретает образ. Образы переносят информацию, знания, эмоции, эстетические ощущения, ценности. Они воздействуют не только на сознание, но и на подсознание. Можно их читать как текст, аналитически и фрагментарно, по очереди и способом, который Ролан Барт [9, р. 42-47] определяет как *studium*. В то же время они атакуют зрителя и синтетически, посредством целостной передачи, своего центрального, ударного содержания, которое Барт называет *punctum*. К этому различию мы вернемся позже.

В эпохе образов также есть переломные моменты. Первый - это изобретение фотографии (точнее, фотографического негатива), что позволяет размножать образ во многих экземплярах и увеличивать его. Второй - это изобретение копировального аппарата, прежде всего ксерокса, еще более упрощающего процесс размножения. Но настоящей революцией стало изобретение электронного регистрирования, копирования и переноса изображения - прежде всего телевидения, а затем компьютера и Интернета. В распространении образов исчезают всякие границы времени и пространства. Область их получения становится неограниченной.

Хотя, несомненно, мы живем еще в эпоху, в которой доминируют письмо и печать, в этом «круге Гутенберга» все более выразительно вырисовываются контуры новой визуальной цивилизации. Среди многих симптомов этой новой ситуации можно указать прежде всего колоссальную роль телевидения и видео в повседневной жизни. На работе и дома повышается значимость Интернета. Знаменате-

лен также ренессанс кино. Кроме этого, можно отметить повсеместное наступательное присутствие визуальной рекламы, плакатов, вывесок, афиш, билбордов.

И действительно, визуальные образы ныне вплетены в повседневность. Мы проходим мимо богато декорированных витрин магазинов и уличных памятников. Минуем агрессивные граффити на стенах и вагонах метро. Читаем иллюстрированные журналы, рассматриваем комиксы, заглядываем в картинные окошки Интернета, посылаем картинки в посланиях по сотовому телефону (SMS), играем в компьютерные игры. Слушаем молодежную музыку, смотрим видеоклип или большое эстрадное представление, насыщенное визуальными формами и эффектной сценографией. Иногда ходим на показы моды, на оперные или театральные спектакли, гораздо чаще - в кино. Посещаем парки типа Диснейленда и искусственные, стилизованные «улицы» супермаркетов. Множество областей нашей жизни регулируется картинками. Вместо информационных надписей появляются иконограммы. Запреты и предписания в виде дорожных знаков регулируют движение. Рисунки управляют пассажирами в аэропортах и на железнодорожных вокзалах, туристами на улицах городов.

Таким образом, восприятие окружающего мира становится все более опосредованным изображениями. Образы конструируют и формируют наше постижение мира. Визуальная восприимчивость заменяет или дополняет восприимчивость текстовую. Массовость изображения в нашем окружении приводит к тому, что мы наблюдаем окружающую действительность через призму образных стереотипов. Как пишет польская исследовательница этих проблем, в общественной коммуникации в наше время «преобладают сообщения, основанные на техниках, записывающих и воспроизводящих аудиовизуальные аспекты и измерения мира и человеческого поведения. Этот новый тип коммуникации изменяет и закрепляет способы представления человека, его отношений с другими, с миром вещей и миром природы; соединяет звуковые и визуальные измерения, вербальные и невербальные аспекты. Своеобразно реинтегрирует антропологическую ситуацию, подвергает семиотизации ранее не замечаемые пространства, придает им важность» [102, с. 13].

В крайнем случае образ замещает реальность и представляется нам более реальным, чем мир, который он представляет. Как замечает Сьюзен Зонтаг: «Узнавая много о том, что существует на свете (об искусстве, катастрофах, красоте природы), из фотографий, люди часто испытывают разочарование, удивление или равнодушие, когда видят это в действительности (...) Часто нас больше волнует то, что мы видим на фотографии, чем это же в действительности»



сти» [130, р. 168]. Автор приводит слова великого писателя Эмиля Золя, который был восхищен фотографией и сказал на рубеже веков: «Нельзя утверждать, что вправду, что-то видел, пока это не сфотографировано». Как бы эхом этих слов является признание известного фотографа Ричарда Эведона (Richard Avedon): «Фотография имеет для меня такую реальность, какой не обладают люди, узнаю их через фотографию» (цит. по [130, р. 188]).

Эта вездесущность образа оказывает влияние также на традиционные вербальные области творчества. «Даже бастион печатного слова - газета - целиком сдается картинкам, а в конце XX века - цветным картинкам, чтобы привлечь читателей и сделать более выпуклыми рассказываемые истории» [133, р. 1]. Более того, появляются новые эстетичные форма и стиль. Новый дизайн иллюстрированных журналов (от «Gali» до «Przekroju», от «Sukcesu» до «Polityki») в виде окошек - это влияние Интернета и графической программы «Windows» или ранее «Apple Macintosh». Изобразительность проникает и в музыкальное творчество, особенно в область популярной, молодежной и рок-музыки. Концерт превращается в зрелище с игрой света, декорациями, дымами, костюмами и прическами. Музыкальной игре сопутствуют коллажи, видеоклипы, значение которых почти равно звуковому ряду.

Научная конвенция требует введения в этом мире определенных образов. Первый существенный критерий - это техника их создания. Здесь можно выделить разнообразные категории: живопись и графика, скульптура, кино, классическая фотография, электронный или цифровой образ (в том числе цифровая фотография), сценография и спектакль. Очень существенно, что все эти техники, хотя и в разной степени, дают возможность многократного репродуцирования. На это обратил внимание еще в 1936 г. Уолтер Бенджамин [21], имея в виду роль печати, а также классической фотографии в то время. Вопрос становится еще более очевидным в случае мгновенной и неограниченной электронной репродукции. Репродукция не только повышает количественное насыщение общественного мира образами, но и изменяет качественную характеристику образов, их аутентичность, уникальность, стирая разницу между оригиналом и копией, а иногда делает это различие вообще беспредметным (например, что есть оригинал, а что копия в цифровой фотографии?).

Другой типологический критерий - локализация образа, место его презентации. Очень часто это наиболее доступное медиапространство: телевидение, газета, Интернет. Часто это открытое публичное пространство: улица, городская площадь, городской парк, автострада или шоссе. Иногда, правда, пространство еще публично, но уже более эксклюзивно: музей, галерея, выставка, церковь, эст-

рада, сцена, кинотеатр, бюро, интерьер фабрики. Наконец, частное пространство: квартира, дом, сад. Локализация определяет не только доступность образа, но и характер восприятия. Джиллиан Роуз [118, с. 95] пишет о различных «режимах восприятия». Один и тот же предмет в музее и на чердаке имеет разное значение и разный ранг. Уличный спектакль глотателей огня - это нечто другое, чем представление в театре. Билборд рекламирует иначе, чем телевизионная реклама.

Третий критерий касается функции, которую выполняет образ. Одни образы реализуют художественную функцию - экспрессивную и эстетическую, другие - функцию информационную или документальную, а третьи - функции коммерческие, рекламные, пропагандистские. Эти функции не исключают друг друга и могут выступать в разных комбинациях. Реалистическая голландская живопись несет в себе и красоту, и информацию, знания о современной ей повседневной жизни. Картинами Брейгеля можно было бы проиллюстрировать учебник исторической социологии. Цикл «Ужасы войны» Гойи не только вызывает эстетический шок, но и является своеобразным антивоенным манифестом.

Огромную роль - роль посредника - в реальном мире играет фотография. В повседневной жизни мы окружены фотографиями. «Сегодня я, как, наверное, и все другие, вижу фотографии везде, - пишет Ролан Барт. - Они приходят ко мне из мира без приглашения с моей стороны (...) В нашем обществе фотография подавляет всякие другие образы своей тиранией» [9, с. 16, 118].

Фотография, классическая или цифровая, легко выделяется среди всех других визуальных представлений по технике создания. И в первом, и во втором случае она отражает реальность посредством регистрации световых импульсов на светочувствительной пленке либо электронной матрице. В то же время может отвечать нескольким упомянутым критериям одновременно. Фотография может быть размещена на выставке, уличном плакате, билборде на шоссе, обложке журнала, стене спальни, на буфете в столовой. Фотография может также выполнять различные функции. Та разновидность фотографии, которая нас непосредственно интересует, - социологическая фотография - должна выполнять прежде всего познавательные функции: информационно-документальные, эвристические, в определенной степени пояснительные, но это не значит, что использование в социологии фотографии не может доставлять эстетические ощущения и иметь художественную ценность, а также передавать общественно-пропагандистские или политические послания.

Фотографии, ставшие своеобразными символами нашей эпохи, которые мы храним в живой коллективной памяти, объединяют

главным образом эти три функции. Фотография китайского студента, стоящего на пути танков, въезжающих на площадь Тяньань-мынь, благодаря экономности выражения, простоте композиции, чистоте формы является художественным произведением. Она несет в себе также и информацию о драматическом событии недавней истории. Но прежде всего она говорит о достоинстве отдельного человека перед лицом насилия. Фотография обнаженных вьетнамских детей, которых гонят по шоссе американские морские пехотинцы, выполнена в стилистике картин Босха. Но прежде всего она несет информацию о позорном событии, которое в американской армии стало предметом расследования и в дальнейшем приговоров, помимо этого снимок является воззванием против жестокости войны. В фотографиях танков на площади перед кинотеатром «Москва» в Варшаве, хронике военного положения, используются художественный парадокс и распространенный политический стереотип. Флаг Европейского союза в окошке мрачного, ободранного кирпичного силезского дома в руке улыбающейся женщины - это образ отсталости и деградации региона, но и образ надежд, стремления в Европу и долгого периода погони за Европой.

Богатство образов в нашем повседневном опыте приводит к формированию новых форм восприятия, нового склада мышления и постижения мира. Образуется «нагромождение визуальной информации и привычка потребления образов» [92, с. 14]. Люди поддаются «экстазу коммуникации» [14], становясь пассивными экранами хаоса зрительных впечатлений. Можно предположить, что приближение визуальной эпохи выражается в том, что современные способы восприятия смещаются от вербальных (письменных) в сторону образных, визуальных. В новых формах и новых проявлениях наблюдается возврат к определенным чертам примитивных долингвистических сообществ. Это особенно сказалось на территории западной цивилизации, которая сформировалась на базе чисто символического письма, счета, нумерации, линейной геометрии, двузначной логики. Более естественными можно считать эти тенденции на Востоке, где давным-давно доминирует образное, пространственное, графическое воображение, выражающееся, например, в иероглифическом письме, в пространственной структуре городов и прочее. (Направляясь на конференцию в Токио, я получил от организаторов рисунок района, в котором размещается отель, и этот рисунок вместо обычного адреса должен был дать таксисту в аэропорту.) Точно так же, как считают антропологи, примитивные сообщества придают большое значение визуальной коммуникации в ритуале, богатой сакральной символике, тотемизме, в орнаментации тела и простых формах искусства.

Все больше обращает на себя внимание постмодернистское направление, пришедшее на смену прежнего способа восприятия мира. «Большинство теорий постсовременности согласно с тем, что отличительной чертой этой эпохи является доминирование образа» [97, р. 9]. По утверждению Скотта Лаша [86], логика культуры постмодернизма означает вытеснение текста образом, который становится главной культурной формой. Как считает Жан Бодри-яр [14], в истории удастся выделить досовременную эпоху, когда доминировали сущности символические, современную эпоху, когда доминирует материальное производство, и эпоху постсовременную, когда доминируют знак, имитация, иллюзии.

Современный перелом открывает эпоху, в которой «общественная репродукция» (преобразование информации, коммуникация, промысел знаний) занимает место производства предметов. Мы вступаем в мир «гиперреальности», в котором образ, игра знаков вытесняют реальные впечатления и опыт.

В отличие от представлений (репрезентаций), которые относятся к чему-то реальному, имитация имеет смысл сама по себе, безотносительно к чему-либо вне нее, говоря языком семиотики, является чистой коннотацией, лишенной денотации. «Если сегодня образы так сильно восхищают людей, то не потому, что изображают места, где создаются значения и что они что-то представляют - в этом нет ничего нового, но скорее потому, что образуют места, где значения и представления исчезают, места, которые нас втягивают, не давая взамен никакого суждения о реальности» [86, р. 29].

Имитация - это новый способ отношения к реальности, скорее игнорирования реальности, который вытесняет отражение реальности. Гиперреальность заслоняет реальность. Медийные, виртуальные имитации реальности (телевидение, компьютерные игры, порнография) становятся для людей более реальными, чем реальность. Как вспоминает Ролан Барт: «Глядя на людей в кафе, кто-то мне сказал (и очень метко): смотри, как они уныло выглядят, сейчас изображения более живые, чем люди» [9, р. 118]. Очарование знаков заслоняет восприятие того, что они означают; реальность исчезает в мире фантазий. Мир становится одним большим спектаклем.

Квинтэссенцией этой тенденции для Умберто Эко является Диснейленд: «Удовольствие, связанное с подражанием (об этом знали уже древние), является одним из наиболее глубоких ощущений, здесь, однако, мы не только наслаждаемся прекрасной имитацией, но и уверены, что она доведена до совершенства и что в силу этого реальность будет всегда хуже нее» [40, с. 60].

## 1.2. Визуальные проявления

Исследователи визуальной культуры вообще ограничиваются констатацией насыщения общественного окружения образами (визуальными представлениями), в том числе образами фотографическими, и такие образы затем подвергают анализу и интерпретации. Однако в визуальном универсуме современного мира содержатся не только готовые, специально созданные образы, но и все то, что может поддаваться зрительному восприятию, что только еще может быть сформированным, схваченным в мгновенном зрительном образе или преобразованным в образ устойчивый, например, с помощью фотоаппарата. Визуальную социологию интересуют всякие визуальные проявления общественной жизни, все то, что можно заметить зрительно в отношении общества. А если можно заметить, то можно и сфотографировать, используя то продолжение глаза, каким является объектив. В этой книге мы принимаем более широкую дефиницию визуальности, охватывающую как визуальные представления, так и визуальные проявления. Вместе со многими другими исследователями мы разделяем точку зрения австралийских теоретиков культуры: «Визуальное исследование - это не только анализ образов, но скорее анализ того, что видимо и наблюдаемо (...) Визуальные данные потенциально охватывают всякие предметы, людей, места, явления, события, которые может наблюдать человеческий глаз» [43, p. ix, 4].

Относительно таких визуальных проявлений (а не только визуальных представлений) можно также сформулировать тезис об их растущем богатстве по мере развития современного и постсовременного общества. «Строительство мира Запада двадцатого века, что и составляет собственно предмет социологии и породило социологию, имело ярко выраженный визуальный аспект» [30, p. 198]. Сейчас, как утверждают Эммисон и Смит, «мы живем в сообществе массивной образности» [43, p. viii].

Источником все большей визуальной дифференциации, насыщения, обогащения «пейзажа культуры» являются определенные процессы, типичные для современного общества. Первый - ускоренный и более интенсивный, чем когда бы то ни было, процесс цивилизационного и технического развития, т.е. расширение мира предметов, объектов, устройств, созданных человеком. Другими словами, той сферы реальности, которая представляет собой человеческий продукт и которой не было бы, если бы не активность *homo sapiens*. Такие предметы, объекты, устройства имеют свою форму, цвет, причем все более дифференцированные и богатые.

Второй процесс - это урбанизация. Возникновение городов, а теперь и ярко выраженное доминирование городского обра-

за жизни во многих развитых обществах означает несравнимо более богатую и дифференцированную визуальную среду жизни. «Барочная напыщенность, эклектичное головокружение и потребность имитации» еще ярче проявляются в «цивилизации постурбанистической», которую Умберто Эко иллюстрирует примером Лос-Анджелеса, «метрополии, складывающейся из 66 различных городов, где улицы представляют собой пятиполосные автострады, человек же использует (...) глаза для кадрирования при постоянной смене визуально-механических чудес, неоновых вывесок, конструкций, которые должно запомнить за несколько секунд» [40, р. 36-37]. Окончательным и непревзойденным идеалом этой экспансии визуальности является для автора «Имени розы» только Лас-Вегас, «совершенно новое урбанистическое явление, место-сообщение, состоящее исключительно из знаков. В отличие от городов, которые сообщают, чтобы иметь возможность функционировать, Лас-Вегас функционирует, чтобы сообщать» [40, р. 53].

Третий процесс - это коммерциализация, когда включение огромного числа предметов в рыночный оборот требует постоянной заботы об их конкурентоспособности. Это выражается в стремлении к визуальной привлекательности с помощью упаковки, дизайна, акцента на стиль, моду и др.

И, наконец, четвертый процесс - это зарождение потребительского общества, подчиненного императиву неустанного предложения нового и оригинального. Небывалый темп изменений в характере товаров, их невиданная ранее разнородность означают появление в повседневном окружении все новых зрительных впечатлений. Одновременно в потребительском обществе развиваются два явления, которые содействуют обогащению визуальности и зрелищности. Одно из них - реклама во всех своих ипостасях, поприще целевого «производства желаний» [133, р. 189]. А другое - это распространение «храмов» торговли, супермаркетов, которые, чтобы привлечь покупателей, навязываются своим видом - от интерьера и витрин до визуально агрессивной архитектуры. Эти последние - страна мечты и искусственно вызванных потребностей - представляются Бодрияру [14] особенно характерными центрами показной и чисто внешней, лишенной реальных отношений имитации. Так или иначе «образы представляют главный аспект товарной культуры и потребительских обществ» [133, р. 189].

Независимо от общей исторической тенденции растущего значения визуальной стороны общественной жизни, можно заметить более конкретные модификации или изменения этой тенденции. И в давние времена были эпохи «цветные», насыщенные визуальностью (например, Ренессанс, викторианская эпоха). При просмотре костюмированных фильмов мы удивляемся разнообразию

и богатству нарядов, интерьеров салонов и дворцов. Бывали эпохи «серые» (например, Средневековье). В наше время любопытен очевидный контраст, сопровождающий антикоммунистические перемены 1989 г., между серостью и пресностью мира повседневной жизни в реальном социализме и блестящей красками новой рыночной, потребительской, капиталистической цивилизации. В моей памяти живы воспоминания о красках мира, когда я пересекал чешско-австрийскую или польско-немецкую границу. Это бросалось в глаза сильнее, чем колючая проволока или пограничные шлагбаумы. Сегодня наш мир, по крайней мере в больших городах, стал таким же разноцветным, как мир Запада.

Абстрагируясь от истории и исследуя современные или пост-современные сообщества, мы замечаем существенную разницу насыщения визуальными аспектами. Поэтому роль восприятия и визуального воображения дифференцирована в различных сообществах. Во-первых, проявляются культурные различия между сообществами. Как заметил Эдвард Холл, «каждая культура создает свой собственный мир восприятия» [66, р. xvii]. И сказал в развитие этой мысли: «Разная нагрузка, налагаемая на зрение, слух и обоняние в различных созданных людьми культурах, приводит к совершенно разному восприятию пространства и совершенно разным отношениям между отдельными людьми» [66, р. 57]. Мы знаем сообщества визуальной экспрессии, культуры образа, в которых жесты, мимика, движения, одежда и орнаментация тела играют большую роль (например, африканские сообщества). Можно сказать, что это сообщества «горячие». Знаем также и сообщества вербальной экспрессии, культуры слова. Это сообщества «холодные». Передо мной лежит великолепный альбом, документирующий паломничество Иона Павла II, сделанный итальянским фотографом (см. [56]). Как по-разному выглядят аудитории папского богослужения в Африке и Скандинавии! Как по-разному выглядят верующие в Корее, Мексике и Австрии! Цвет, орнаментация тела, одежда, жест, мимика - все радикально отличается.

Во-вторых, различные контексты общественной жизни представляют различную степень насыщения визуальностью. Это понятие я использую для описания разнородных типичных областей или ситуаций, в которых протекает общественная жизнь и между которыми в процессе своей повседневной жизни перемещаются действующие лица, входя в них либо выходя, становясь на какое-то время кем-то иным - сыном, учеником, профессионалом, верующим, зрителем, потребителем и т.п. Каждый контекст характеризуется свойственными ему формами или стилями деятельности, различными ценностями и культурными нормами, свойственным ему языком и формами дискурса. Контексты имеют также разные

функции для общества. Например, это контекст семейный (домашний), образовательный (школьный), религиозный (церковный), политический, профессиональный, развлекательный, оздоровительный (больничный) и др. [136].

Таким образом, существуют контексты, сильно насыщенные внешней визуальной символикой. Особенно это касается той сферы, которую Эмиль Дюркгейм определил как сакральную, насыщенную необычностью, праздничностью, торжественностью, например в области религии (богослужения и процессии), семейных церемоний (свадьбы, крестины, похороны), политических ритуалов (демонстрации, возложения венков, патриотические манифестации с флагами и транспарантами), судебных процессов (с париками, тогами и цепями судей), а также некоторые формы проведения свободного времени (карнавалы с их костюмами и масками, спонтанные проявления уличных развлечений, новогодний праздник, День Святого Валентина). Гораздо менее зрелищны области, которые Дюркгейм отнес бы к профессиональной, например работа или учеба (исключением здесь может быть традиционный академический ритуал с тогами, беретами, жезлами и горностаями).

Наконец, в-третьих, появляется существенное классовое различие или различие в окружающей среде. В целом более насыщенной визуальностью является повседневная жизнь высшего общества. Торстейн Веблен в 1899 г. [143] писал о «показательном потреблении», в котором собственно внешний эффект, наблюдаемый другими, часто является главной мотивацией обладания, а великолепные литературные иллюстрации дает этому явлению Скотт Фицджеральд, описывая синдром «Великого Гэтсби». Демонстрация собственного материального успеха всегда была типичной для быстро продвигающихся групп. Сегодня в нашем обществе растет зрелищная группа «нуворишей» с их резиденциями, мерседесами, ролек-сами, одеждой от Армани.

Любопытно также различие укладов разных сообществ. Внешние атрибуты превосходства и власти играют большую роль в автократических обществах. Можно представить облик различных африканских «царей» или центральноамериканских президентов в сверкающих мундирах, увешанных бесчисленными орденами. Внешним признаком власти является также роскошь дворцов или резиденций властителей. Тронные залы или кабинеты первых секретарей в коммунистические времена поражали своей обширностью и дистанцией, которую внушали каждому, кто осмеливался войти. Вспоминаю снимок кабинета Сталина со столом для совещаний размером почти в теннисный корт. Каждый, кто садился за этот стол, наверняка ощущал собственную никчемность. Совершенно иначе, значительно скромнее, выглядит визуальная презентация в истин-



но демократичных обществах или даже в конституционных монархиях (нидерландская королева Беатрикс правит в обычном бюро в Гааге, а ее мать, королева Юлиана, ездила в костел на велосипеде).

По-другому богатство нарядов, танца, орнаментации проявляется во многих народных культурах. Прекрасные примеры показывают наши горцы. Большое значение внешнему виду, оригинальности, даже шокирующей, придает определенная среда, например кинематографическая, театральная, богемная, молодежные субкультуры, байкеры. Подобные акценты мы встречаем среди общественных движений субкультуры (например, хиппи, панки, хип-хоп). Здесь необычность одежды, прически, орнаментации тела являются намеренной демонстрацией нонконформизма, контестации, несогласия с правилами общей культуры. Обратим внимание, что нонконформизм имеет смысл только тогда, когда он видим для других, когда несет определенное четкое и визуально навязывающееся послание. Этим он отличается от обычной девиации, например преступности, для которой существенным является незаметность, тщательное сокрытие своих действий от других.

Как визуальные представления, так и визуальные проявления общественной жизни могут быть предметом фотографической регистрации. И одни, и другие приобретают ценность визуальных данных, зафиксированных фотографом. В первом случае, когда на нашем снимке сохраняются уже существующие образы (например, реклама, плакаты в окружении городской улицы, транспаранты на фоне коллективной манифестации и т.п.), мы создаем метаобразы. Двухзначность снимков этого рода открывает возможность двойной интерпретации: интерпретации сфотографированного образа (что представляет собой реклама, плакат или транспарант) и интерпретации собственно фотографии (как реклама вписывается в контекст улицы или какую функцию выполняет в процессе манифестации). Как пишут Майкл Болл и Грегори Смит [6, р. 15], «образы составляют часть общества, которое они представляют». В другом случае, когда мы создаем фотографический образ различных визуальных проявлений общественной жизни (толпы, собравшейся на площади, покупателей в супермаркете), он будет иметь одноуровневый характер и касаться непосредственно наблюдаемых явлений.

### 1.3. Визуальное воображение

В мире, сильно пропитанном различными образами, необходимой составляющей компетенции современного социолога должно быть визуальное воображение - существенный элемент социологиче-

ского воображения. Визуальное воображение - это «наиболее утонченное, рефлексивное и критическое понимание мира визуального и нашего места в нем» [8, р. 4]. Как постулирует Эдвард Холл [66, р. 16]: «Требуется, чтобы мы научились читать безгласные сообщения так же легко, как напечатанные или произнесенные». Ему вторят австралийские исследователи: «Понимание и использование визуальных данных - это главное умение для людей, интересующихся общественными и культурными процессами» [43, р. x].

Социолог тоже является членом общества и получает в обществе поздней современности новые формы восприятия. Он острее воспринимает социальный мир - события, явления, общественные ситуации, придает больший вес визуальным проявлениям общественной жизни, особенно повседневной. Кроме того, он воспринимает все более многочисленные, более красочные и более разнородные образы, визуальные представления социального мира как его существенные составляющие. Он формирует в своем сознании «образы образов», «метаобразы», окрашенные двойной субъективностью - своей и создателя воспринимаемого образа.

Как я писал в другом месте [136], социологическое воображение - это восприятие общественных явлений и событий как результатов человеческой деятельности, предпринимаемой в существующих условиях, оставляющих структурные эффекты (институциональные, организационные, нормативные, культурные), которые сами подвергаются постоянному изменению вследствие предпринятых в их границах очередных действий. Если так, то визуальное воображение можно более точно определить как восприятие тех аспектов общественной жизни, которые являются внешними, наблюдаемыми показателями субъективной активности, общественной структуры, культурной регуляции и изменчивости общества. К этим аспектам принадлежат, с одной стороны, визуальные представления, а с другой - визуальные проявления.

Визуальная компетенция, визуальное воображение, острый взгляд, повышенная зрительная восприимчивость - императивы этой проблемной ситуации, в которой находится социолог в сегодняшнем мире. Поэтому «понимание и использование визуальных данных становится необходимым умением каждого, кто интересуется общественными и культурными процессами» [43, р. x]. Однако пассивного наблюдения недостаточно, необходимо активное наблюдение, проявление и упорядочивание наблюдений посредством мобилизации видения и концентрации взгляда.

Тезис об обязательности визуального воображения имплицитно признает метод наблюдения одним из основных инструментов исследования в арсенале социолога. Тем временем в сегодняшней социологии, несомненно, доминируют вербальные методы: анке-

ты, вопросники, интервью, зондаж - отсюда и вербальное воображение. Необходимо обратиться к традиции родственных дисциплин: культурной антропологии или этнографии — и характерных для них территориального метода изучения случаев, монографического метода, культурного инвентаря и т.п., в которых наблюдение играет главную роль. И нужно использовать разработанные ими и соответствующим образом модифицированные правила наблюдательного подхода к новой реальности, в которой мы живем и в которой образность имеет такое большое значение.

К вдохновляющим для такого изменения ранга наблюдения среди социологических методов и процедур отнесем взгляды двух социологов из двух разных эпох. Первый, один из классиков этой дисциплины Георг Зиммель (Georg Simmel), выдвинул тезис о главной роли зрения среди других чувств, которыми пользуется исследователь общества: «Человеческий глаз выполняет уникальную социологическую функцию» [127, р. 358]. По его мнению, это является следствием модернизации современных обществ: «общественная жизнь в большом городе в сравнении с маленькими городками создает преимущественную возможность для видения, чем для слышания других людей (...) Современная общественная жизнь все больше повышает значение зрительных впечатлений». Зиммель среди прочего описывает, как взаимный зрительный контакт служит сигналом распознавания партнера или исходным пунктом для установления взаимодействия, как наблюдение мимики, жеста, позы позволяет узнать намерения других.

А второй автор, на авторитет которого хочу здесь опереться, выдающийся современный немецкий социолог Эрвин Шойх (Ervin Scheuch), который, выйдя на пенсию после работы, наполненной применением метода зондажа и рафинированных статистических техник, поделился с аудиторией одной из социологических конференций такой мыслью: «Всю жизнь я писал анкеты и проводил опросы. Но когда хочу понять характер общества, то иду в итальянскую кофейню, немецкую пивную или английский паб и попросту смотрю вокруг» (конференция «Premio Europeo Amalfi» в 1996 г., цитирую на память). Это как бы парафраз английского поэта Одена Вистана (Auden Wystan): «Похоже, когда мы оцениваем характер личности, чтобы понять характер общества, никакие документы, никакая статистика, никакие "объективные" измерения никогда не заменят одного интуитивного взгляда» (цит. по [73, р. viii]).

Подчиняя технический инструмент, каким является фотоаппарат, так понимаемому визуальному воображению и необходимости наблюдения, мы получаем шанс существенно обогатить социологические знания.

## Глава 2

### Социология в фотографии и фотография в социологии

Современная визуальная социология возникла в результате сближения фотографии и общественной рефлексии. Это происходило в течение полутора веков. Фотография со временем получила все более выразительное социальное содержание и общественное значение и в наибольшей мере - то ее течение, которое получило название «социальная фотография» [138, р. 2]. А социология постепенно обогащала свою лабораторию, создавая своеобразную «социальную фотографию». Как пишет Говард Беккер (Howard Becker): «Фотографы с самого начала считали своей задачей фотографирование действительности как дальних стран и экзотических народов, так и экзотических событий и людей на их собственной территории. Социальные исследователи время от времени фотографировали людей и места, которые они изучали, хотя редко, за исключением антропологов, делали это профессионально. Фотографы иногда изучали антропологию и социологию, социологи учились фотографировать» [45, р. 9]. Стоит проследить наиболее существенные моменты этого взаимного сближения.

#### 2.1. Социально ориентированная фотография

Социология и фотография появились почти одновременно. В 1839 г. Огюст Конт пишет последние фрагменты «Курса позитивной философии», где впервые вводит термин «социология» для обозначения новой научной дисциплины. В том же году было изобретено два способа фотографирования. Во Франции Л. Дагер (Louis Daguerre) и Н. Ньепс (Nicéphore Niépce) разработали метод регистрации монохроматического изображения на покрытой серебром медной пластинке - дагеротипе, который нельзя скопировать, уменьшить или увеличить. В Англии Вильям Толбот (William Talbot) изобрел негатив - обращенное изображение на целлулоидной пленке, дающей возможность копировать любое количество снимков на

специальной бумаге. Для создания нового способа регистрации изображения были использованы открытия в области оптики и химии. Дагеротипия Дагера из-за необыкновенной резкости и реалистичности изображения сразу получила большую популярность, чем «калотипия» Толбота, дающая нерезкие, размытые изображения. Французский художник Поль Делярош, увидев первый дагеротип, воскликнул: «С сегодняшнего дня живопись умерла» [97, р. 66].

С самого начала объектом фотографирования был прежде всего человек и его деятельность. В Европе распространилась мода на дагеротипные портреты. Быстрота исполнения и более низкая цена портрета такого типа позволили конкурировать с традиционной живописью. Происходит демократизация портрета: в большом количестве выполняются индивидуальные, групповые, школьные, производственные фотографии. Фотография используется также для регистрации важных семейных событий (крестины, свадьбы, похороны). В пропагандистских целях распространяются фотографии влиятельных семей, монархов. Доминирующим стилем стал пикторализм: позирование, режиссирование, ретушь. Сегодня такой подход можно найти и в фотографии, сделанной в фотоателье, и в более элитарном применении - в портретах члена британской королевской семьи лорда Сноудона или в снимках праздников канадского фотографа Иошуа Карта. Несмотря на стилистические ограничения, дагеротипы дают много социальной информации о классовом расслоении, половом неравенстве, стиле или моде, престиже, обычаях (например, границы презентации тела в первых фотоактах).

Наряду с портретами были выполнены первые дагеротипы городских панорам, принесших много информации об их тогдашней пространственной структуре (например, снимки Парижа Фридриха фон Мартенса). Сделаны также первые снимки городской жизни, улиц, людей, занятых работой. Экзотические культуры предоставляют темы для фотографирования различных рас или этнических сообществ, рассматриваемых в качестве отдельных антропологических типов. Основоположником фотографий заморских народов считается француз Е. Тиссо (E. Thiesson), который в 1845 г. совершил экспедицию на Мозамбик и сделал серию снимков местных жителей. Затем, в период колониализма, в конце XIX и начале XX в., значимость фотографий такого рода в качестве отображений культурных и физических черт завоеванных народов возросла [108, р. 50]. Она дает богатую социологическую информацию не только об экзотических культурах, но и о культурных кодах, царящих в имперских центрах: белый-черный, европеец-местный,

цивилизованный—примитивный [133, р. 3]. В то же время предметом фотографии становятся различные социальные среды, в том числе маргинальные группы и преступники. В конце XIX в. во Франции Альфонс Бертильон (Alphons Bertillon) фотографирует заключенных, чтобы классифицировать их физические типы. Он вводит до сих пор используемый в полицейской практике метод фронтального и профильного фотографирования на гладком фоне. В начале XX в. в Италии Чезаре Ломброзо (Cesare Lombroso) свои теоретические расистские идеи - так называемую евгенику - иллюстрирует фотографиями преступников, эпилептиков и психически больных.

Начиная с 60-х годов XIX в. в связи с колониальной экспансией, заморскими путешествиями, зачатками туризма появляется фотография в виде открыток. Их предметом являются экзотические страны, люди, города. Братья Биссон (Bisson) задокументировали в 1860 г. восхождение на Монблан, что стало началом широко распространенной позднее темы гор в фотографиях Маллигена и Ву-терса [98, р. 138-139]. В качестве объекта для фотографирования привлекает также бурно развивающаяся техника: паровозы, пароходы, воздушные шары, турбины, дороги и мосты. С середины XIX в. появляется репортерская фотография в прессе. Издаются первые богато иллюстрированные фотографиями журналы (например, *Illustrated London News* или *Illustrated American*). Преобладает документально-реалистическое направление (так называемый новый реализм) - прообраз современной фотожурналистики или фоторепортажа - нового языка журналистики. Классические работы того раннего периода - документация американо-мексиканской войны 40-х годов XIX в., Крымской войны 1853-1855 гг., «золотой лихорадки» в Калифорнии, русско-японской войны начала XX в. Появляются также репортажи путешествий. Особенно модными являются Египет, Ближний Восток, а также Китай, Япония и американский Дикий Запад. В Америке появляются многочисленные снимки остатков цивилизации индейцев. Насыщение снимков социологическими наблюдениями, хотя и не имеющими еще интернационального характера, огромно.

Важное техническое новшество внедряют в 80-е годы XIX в. независимо друг от друга Этьен Жюль Маре (Etien Jules Marey) и Эдвард Майбридж (Edward Muybridge). Это последовательное фотографирование движения: серия снимков с минимальными временными интервалами, позволяющими уловить фазы движения, например, танцора, канатоходца или скачущего галопом коня [98, р. 294-301]. Серии такого типа являются социологически существенными, когда мы обращаем внимание на жест, позу, мимику че-

ловека в работе или общении. Однако сегодня мы встречаем такие снимки чаще всего в пособиях для обучающихся ходьбе на лыжах или игре в теннис, в гольф, а не в социологических трактатах.

Массовая любительская фотография возникла в 1888 г., когда Истмен Кодак (Eastman Kodak) изобрел простую ручную камеру. Как говорится в рекламе фирмы: «You push the button, we do the rest» (Нажимаешь на спусковую кнопку, а мы позаботимся об остальном). Изобретенная в 1929 г. в Германии электронная лампа-вспышка Vaco-Blitz значительно расширила возможности фотографии в закрытых помещениях. Огромное значение имело изобретение «зеркалки» сначала с двумя объективами, а потом с одним. Новые времена - это автоматизированные камеры, а в последнее время - цифровые. Все большая легкость получения снимков привела к тому, что любительская фотография стала небывало популярной, существенной составляющей повседневности и важным средством общественных отношений в большинстве социальных слоев [25; 99]. Данные 1987 г. показывают, что в США было сделано 11 млрд фотографий, а 94% семей имели фотоаппарат [19, p. 11397]. В 1993 г. в США было выполнено уже 17,2 млрд фотографий. В Великобритании фотоаппараты имеют 80% семей [36, p. 69-70]. Домашние архивы - это неисчерпаемый источник социологического знания, особенно о повседневной жизни, обычаях, а также переломных моментах в семейной жизни (рождение ребенка, свадьба, похороны и проч.). «Снимки, сделанные в "домашнем кругу" не являются только механической регистрацией "реальных" событий, а прежде всего это старательно отобранное и общественно регулируемое представление различных сторон семейной жизни» [99, p. 106].

XX век - период развития профессиональной фотографии в двух направлениях: художественная фотография, получившая со временем признание как вид искусства, и репортерская фотография для прессы, которая иногда также имеет несомненные художественные достоинства. В этом месте стоит вспомнить уже ставшими классическими работы объединившихся вокруг еженедельника «Life» фотографов Маргарет Борк-Уайт, Роберт Капа, Ирвин Элиот, Юджин Смит (Margaret Bourke-White, Robert Capa, Erwitta Elliota, Eugene Smitha), которые имеют ярко выраженные социологические импликации или подобным образом ориентированную деятельность группы «Magnum». Многочисленные произведения репортерской фотографии мы находим в «Paris Match». Французская школа «гуманитарной фотографии» Роберта Дуано, Уилли Рониса, Генри Картье-Брессо (Robert Doisneau, Willi Ronis, Henri Cartier-Bresson) сосредотачивается на жизни парижской ули-

цы, стараясь отразить суть французского национального характера. Оптимистические снимки кафе, влюбленных пар, рабочих во время перерыва должны показать радость жизни, общность, солидарность, дружелюбие, продолжив таким образом исторические снимки парижан известных фотосерий Юджина Этгета [4], выполненные в начале XX в. Подобным монографическим образом документирует жизнь жителей Нью-Йорка Вуги (Weegee, псевдоним Arthura Felliga). Он разделяет с французской школой определенную идеологию и стратегию фотографирования: «Люди - прекрасный объект, фотографу необходимо, затаив дыхание, ждать тот единственный момент, чтобы ухватить то, что он хочет, ибо, когда эта доля секунды пройдет, время будет мертво, и никогда его уже не вернешь» ([146], цит. по [97, p. 80]).

Совершенно иное содержание несут репортажные фотоснимки Дианы Арбус (Diana Arbus), сосредоточившей свое внимание на людях маргинальных, с отклонениями, сбившихся с пути, наркоманах. Еще более колоритные фотографии, демонстрирующие субкультуру с отклонениями, мы находим в автобиографических сериях снимков Нан Голдин [65]. Она подробно документирует жизнь молодых людей, начинающих артистов, в большинстве своем белых, которые с начала 1970-х годов создали субкультурное сообщество, проводящее эксперименты с новыми формами семьи, сексуальных отношений, наркотических переживаний, включая трагический опыт со СПИДом. Во многих странах в 60-е годы XX в. экспонировалась фотовыставка «Человеческая семья» (The Family of Man), подготовленная в 1955 г. Музеем современного искусства в Нью-Йорке. Это, пожалуй, самая замечательная коллекция фотографий с огромным социологическим значением, показывающая в сравнительном контексте несколько десятков стран, культур и цивилизаций, ход человеческой жизни от рождения до смерти. В Польше прекрасные примеры таких социологических амбиций дают циклы Софьи Рыдет «Социологическая запись» или Бенедикта Дориса «Казимеж Дольны» [55, с. 4-5]. С 1982 г. регистрацию событий жизни поляков под названием «Фотодневник, или песня о конце света» ведет Анна Беата Бохдзевич [101, с. 33-34]. Уже говорилось о выставке «Всепольский смотр социологической фотографии» в Бельско-Бялой в 1980 г., собравшей работы фотографов с различными общественными интересами [82].

Довольно рано фотография перестает играть только документальную роль, приобретая реформаторское и идеологическое значение. Четко выраженную социологическую миссию имеют фотографии Люиса Хайна (Lewis Hine), выполненные на рубеже XIX и XX вв. Он показывает переживания эмигрантов со всего мира,



проходящих эмиграционную процедуру на Эллис Айсленд (Ellis Island) перед въездом в Нью-Йорк. Тот же автор делает большую серию снимков детей, работающих на американской фабрике. Он - один из немногочисленных фотографов того времени, который получил социологическое образование в Чикагском университете. Не имея формального образования, но обладая необыкновенным социологическим чутьем, Доротея Ланге [85] документирует трагическое положение крестьян во время Великой депрессии. Джекоб Риис (Jakob Riis) показывает мир бедноты, бездомных и обитателей трущоб Нью-Йорка. В Англии в 1930-е годы появляется огромное количество иллюстраций условий жизни рабочих в северной промышленной части страны (Mass Observaftion Proiect). В то же время в Германии появляется направление «рабочей фотографии», инспирированное Коммунистическим Интернационалом [19, p. 11399]. В Польше в межвоенный период направление «борющаяся фотография» формулирует Александр Минорский, автор известных фотографических проектов, изображающих условия жизни в рабочих кварталах, а также бедность среди детей [55, с. 5]. В этих случаях работы фотографов, насыщенные социологическим содержанием, перестают отличаться от целевых фотопроектов социологов. Рассмотрим теперь путь к фотографии с точки зрения социологии.

## 2.2. На пути к социологической фотографии

Уже в XIX в. фотографией пользуется физическая антропология и антропометрия. Для подтверждения научных тезисов возникают систематические снимки представителей различных рас, этнических и физических типов. В свою очередь инструментом фотографии начинают пользоваться социальная антропология, этнология и этнография. Первые опыты мы находим в 70-х и 80-х годах XIX в., когда Эдвард Тейлор делает фотографии представителей индейских племен в Америке. В конце века в Европе появляется мода на идеализированный и романтический образ простого человека, в результате темой фотографии становится фольклор. С 20-х годов XX в. фотография становится исследовательским инструментом социальных антропологов на островах Полинезии: Бронислава Малиновского на Тробриандах, Раймонда Фирта (Rajmond Firth) среди населения Тикопии, Эдварда Эвана Эванс-Притчарда (Edward Evan Evans-Pritchard) среди племен азанде. Они фотографировали как объекты материальной культуры (например, шейные укра-

шения, украшения плеч, используемые в ритуале kula, описанном Малиновским, лодки, луки, огороды), так и формы общественного поведения, особенно обрядов в сфере религии, магии, праздников. Часто помещали также автопортреты в окружении аборигенов как наглядное свидетельство об их пребывании на данных территориях. Большой антропологический фотографический проект выполняли в 1940-е годы Грегори Бейтсон и Маргарет Мид [13], создав тысячи снимков культуры народов острова Бали. (О проекте расскажем больше в следующих главах.)

Началу американской социологии сопутствует интерес к фотографии как средству иллюстрации понятий и гипотез. В первые двадцать лет, между 1896 и 1916 гг., в «American Journal of Sociology» появляется 31 статья, иллюстрированная 244 фотографиями. С того момента, когда редактором журнала становится Альбион Смол (Albion Small) - представитель укрепляющегося в это время в Америке позитивистского направления, для фотографий не остается места [132, p. 120]. Главный аргумент Смолла - это необъективность фотографии, идеологическое влияние на потребителей, а также случайность, невозможность стандартизации или квалификации снимка. Фотография еще спорадически используется в социологии города и городской антропологии 1930-х годов во времена чикагской школы. Примером тому может быть 40 фотографий молодежных банд вместе с подробными объяснениями в классическом томе Фредерика Трешера (Frederyk Trasher) из области социологии преступности (1927). На полвека пути социологии и фотографии расходятся.

Возрождение интереса социологии к фотографии начинается в 1970-е годы, что, вероятно, связано с отходом от позитивистской парадигмы и так называемого субъективистского возвращения к символическому интеракционализму, феноменологии, этнометодологии, драматургической социологии. В качестве примера социологически инспирированных тем фотографий можно назвать ряд проектов, проводимых в это время социологами Д. Харпером, Б. Ароном, Ф. Ивеном, Б. Джексоном, М. Розенбергом, Э. Холлом, Э. Зубе, И. Гофманом (Dough Harper, Bill Aron, Phillis Ewen, Bruce Jackson, Mark Rozenberg, Edward Hall, Erwin Zube, Erving Goffman). О них будет разговор в следующих главах. В 1972 г. появляется социологическая рефлексивная фотография, называемая также партнерской или коллаборационистской (reflexive photography, collaborative photography): Сол Ворт и Джон Адейр [151] дали аппараты в руки представителей племени навахо, провоцируя спонтанные снимки, представляющие мир глазами местного сообщества. Итоги достижений этого периода подвела выставка [45], которая состоялась в 1981 г. в университете Нордвестерн в Чикаго.

Интерес к фотографии как составляющей визуальной культуры, усиливается в 1980-е годы наряду с происходящим в социологии переломом, культурническим возвратом. Предшественником этого направления был Клиффорд Гертц [57, р. 5], который уже в 1973 г. писал: «Принимая вслед за Максом Вебером постулат, что человек - паук в сетке значений, которую он соткал, культура как та самая сетка, а ее анализ не может быть экспериментальной наукой, ищущей законы, а является наукой интерпретационной, ищущей значения». Компонентом культурнического возврата является предложенный Жаном Бодрияром [14; 15] образный возврат, необходимый в качестве ответа на подчеркнутую им роль моделирования в воображении и ощущениях современного человека и во всей современной культуре. Восприятие общественного порядка как значимой действительности, как своеобразного «текста», сконструированного и приписываемого людьми значения, сделало из фотоснимков важный объект для анализа культурных исследований.

Огромный новаторский интерпретационный проект, направленный на получение важных предпосылок, обоснований и культовых значений на основе анализа фотоматериалов, - классическая работа Ирвинга Гофмана [62]. Эту работу можно признать новаторской, поскольку она возникла до появления визуальной социологии как отдельной дисциплины. Автор проекта собрал интересную коллекцию из 508 снимков, прежде всего рекламных, но также из прессы и семейных снимков, изображающих женщин и мужчин как отдельно, так и вместе в самых разных жизненных ситуациях. Здесь демонстрируются, как это определяет Гофман, разные формы экспрессивного поведения мужчин и женщин, которые руководствуются принятыми в данной культуре традициями и отображают очень глубоко скрытые, часто не осознанные дефиниции пола, приобретенные в ходе социализации. «Их экспрессивность не инстинктивна, навязана обществом, имеет общественные стандарты - эта особенная социальная категория использует определенную выразительность, а социально обозначенный эпизод указывает, когда эта экспрессивность будет иметь место» [62, р. 7]. В соответствии с навязанными культурой дефинициями люди представляют себя другими. Быть мужчиной или женщиной - это только представлять себя, согласуясь с культовыми представлениями женственности или мужественности [62, р. 8].

Собранные Гофманом фотоснимки отражают характерные черты, правила, стиль таких авторских презентаций. Выполненные в естественных условиях репортерским способом, они показывают, как спонтанно, без размышлений мужчины и женщины создают свой образ.

Другой характер носят рекламные снимки: они стилизованы, смоделированы и отрежиссированы - интерпретированы заранее, предоставляя возможность интерпретировать интерпретацию. Они демонстрируют то, чем является «чистая», идеальная, настоящая женственность или настоящая мужественность, а именно — воображение своих творцов, авторов рекламы. «Ритуальные теории бихевиоризма, которые мы находим в различных контекстах реальной жизни, появляются в суперритуальном виде в рекламах, на которых изображены или в которых принимают участие женщины» [62, р. 26]. Для того чтобы попасть точно в цель и получить желаемый результат, авторы реклам должны понять стереотипы (например, широко пользуясь такими социологическими методами, как интервью у большой группы единомышленников, которое тестирует правильность их интерпретации), а затем еще заострить его, придавая ему крайнюю форму, чтобы облегчить потребителю восприятие задуманного послания. Они выполняют уже половину задач социолога, который затем по-своему интерпретирует переданную ими визуальную интерпретацию, делая поправку на определенную рекламную идеализацию и суперритуализацию, реконструируя образцы настоящей женственности и мужественности. Это возможно, так как «авторы реклам не создают из ничего ритуальные формы выразительности, которые используют в рекламах, а черпают из того же самого источника средства выражения той же самой ритуальной идиомы, которая доступна каждому участнику общественных ситуаций для похожей цели: сделать доступным для восприятия действия других людей» [62, р. 84]. Стоит заметить, что реклама не только отображает культурные дефиниции пола, но и закрепляет их в обществе, в котором средства массовой информации являются мощным инструментом постоянной социализации. Она еще один пример частых явлений в обществе, самостоятельно укрепляющихся убеждений, которые Роберт Мертон назвал «самосбывающимися пророчествами» [96].

Анализ фотографий позволяет Гофману делать тонкие наблюдения. Приведем для примера некоторые из них. На рекламных фотографиях женщины, как правило, ниже ростом, чем мужчины. Когда мужчина и женщина изображены в ходе каких-либо обычных действий, мужчина чаще выполняет руководящую роль, демонстрируя более высокую компетенцию: инструктирует, помогает, учит, показывает. Вероятно, мужчина чаще сконцентрирован, производит впечатление, что он владеет ситуацией, а женщина занята своими мыслями, отводит взгляд, держится на расстоянии от возможной опасности и демонстрирует веру в мужскую силу и компетенцию. Женщины чаще всего сидят или лежат, а мужчины

стоят, что наводит на мысль о зависимости женщин и более высоких позициях мужчин. Женщина садится мужчине на колени, позволяет носить себя на руках или на спине, добровольно покорно подчиняясь. На снимках женщины часто наклоняют голову вперед или набок, что является очередным сигналом покорности, как и характерный сгиб ноги и легкая стыдливая демонстрация колена, в то время как мужчины чаще всего стоят прямо с поднятой головой. Когда мужчина берет женщину под руку или обнимает - это типичный признак присвоения ее мужчиной, а со стороны женщины это сигнал подчинения мужчине. Женщины часто мягко касаются, гладят, ласкают различные предметы или домашних животных, в то время как мужчины используют руки как инструмент для выполнения какого-то конкретного дела. Женщины чаще улыбаются и более спонтанно смеются, чаще позируют, чем мужчины. Они ярче выражают все чувства: радость, горе, грусть. Наконец, женщин больше заботит внешний вид: макияж, бижутерия, одежда. Таким образом, когда феминистское движение было еще в пленках, интерпретация снимков позволила Гофману показать преобладающие в американской культуре (или шире - в западной) стереотипы женщин и мужчин, с которыми позднее теория и идеология феминизма вступила в полемику и борьбу. Проект Гофмана остался примером для проведения большинства подобных опытов.

Различные фотографические проекты были выполнены уже в рамках возникающей новой дисциплины - визуальной социологии, их собирает и комментирует Джон Вагнер (*Images of Information*, 1979) [77]. Набор таких проектов представляет в 1981 г. Говард Беккер (*Howard Becker*) [45]. Первый учебник визуальной антропологии, включающий много указаний для социологов, выходит в 1986 г. [35]. Начиная с 1970-х годов секции, посвященные визуальной социологии, работают на всемирных социологических конгрессах: в 1978 г. в Упсале, в 1982 г. в Мехико-Сити и в 1986 г. в Нью-Дели. Одна из первых теоретических конференций, целиком посвященная антропологии и визуальной социологии, прошла в 1989 г. в Амстердаме [46].

Наследуя достижения социально ориентированной фотографии и все более чувствительной к содержанию образной социологии, визуальная социология (под названием *visual sociology* в англосаксонских странах, *sociologie de l'image* во Франции и *Medienwirkungsforschung* в Германии) становится все более развивающейся специализацией в рамках социологии XXI в.

## Глава 3

### Общество в объективе

Фотографируя или интерпретируя фотографические материалы, мы получаем визуальные данные - визуально замечаемые, внешне наблюдаемые аспекты общественной жизни. Через их понимание стараемся реализовать две главные цели.

Первая из них заключается в том, чтобы раскрыть существенные особенности общества, его культуры или общественной структуры по внешним проявлениям, признакам. Мы хотим описать, но не ограничиваемся поверхностным описанием, а намерены выявить глубокие скрытые сущности под фотографируемой поверхностью явлений. Как пишет Тимоти Карри, «визуальные социологи, интересуясь внешним видом объектов, стараются выяснить, что скрывается за этим видом, откликаясь на условия социологии (...) Когда внешний вид чего-либо связывается с социологическим объяснением, можно сказать, что задание визуальной социологии выполнено» [37, р. 6]. Такова наиболее частая, но и наиболее реальная цель визуальной социологии.

Есть и другая цель, более амбициозная и более трудная. Мы хотим с помощью фотографического образа открыть существенные закономерности общественной жизни, культуры или общественной структуры. Речь идет о выявлении существенных, регулярных, повторяющихся зависимостей между общественными явлениями. Такой возможности не дают одиночные фотоснимки, которые, по сути, не могут быть ключом для разгадки ни самой зависимости, ни повторяемости (типичности, общей ценности) этой зависимости. Здесь необходима серия снимков, упорядоченных по времени, более ранних и более поздних, показывающих зависимости в динамике (что-то следует за чем-то или предшествует чему-то). «Сравнение фотографий может предоставить сильные доказательства происходящих изменений, как, например, в случае, когда мы сопоставляем фотографии какого-либо места, объекта или деятельности, сделанные в прошлом, с современными фотографиями» [35, р. 197]. Можем сопоставлять снимки различных сообществ или различных культур, что позволяет использовать критерии только сходства и только различия, а значит, понять, что определенное явление обобщенности похоже в различном контексте или, напротив, не-

смотря на схожесть контекста выглядит абсолютно иначе. Словом, «можем сравнивать похожие ситуации либо делать более контрастными различные» [35, р. 197], Стремясь к повышению сформулированных таким образом динамических или сравнительных закономерностей, мы должны увеличивать количество сделанных или анализируемых снимков и даже использовать правила отбора репрезентативных проб.

### 3.1. Визуальные данные социологии

Визуальные данные в широком смысле «потенциально охватывают всякие предметы, людей, места, события или ситуации, которые может наблюдать человеческий глаз» [43, р. 4]. Для визуальной социологии существенны, однако, только визуальные данные в более узком смысле - социологические визуальные данные. Не те ли видимые для глаза (а затем и для фотоаппарата) объекты или явления, которые дают возможность более глубокого, описательного или обобщающего познания общественного мира? Естественно те и только те, которые связаны с деятельностью человека, а точнее те, на которых человек и коллективы оставили отпечаток своей активности или присутствия. Это исключает из сферы интереса визуальной социологии богатый образами мир природы. Прекраснейшие снимки горного пейзажа, захода солнца над океаном или зверей в тропических джунглях ничего не скажут нам об обществе. Но - внимание - ровно настолько, насколько фотография схватывает эти явления в естественном состоянии, не модифицированном присутствием или активностью человека.

Снимки природы, преобразованной либо испорченной, а значит, цивилизованной среды несут, по крайней мере потенциально, социологическую информацию. Когда на снимке гор появляются канатные подъемники и лыжники, на океане заметен корабль, а животные находятся в клетке возле дома, мы уже сталкиваемся с вмешательством человека, а значит, с наблюдаемыми проявлениями общественной жизни. Даже когда на снимке нет и следа человека, снимок может быть определенно социологическим. Пятна мазута и мертвые птицы в заливе на Аляске, выжженные пространства Амазонки или обрубки засохших деревьев в Судетах достаточно говорят о деструктивных последствиях человеческих технологий в современную эпоху. Фотографический проект «Земля с неба. Портрет планеты на пороге XXI века» французского автора Артуса-Бертрана [3], включающий сотни снимков, сделанных

с самолета или вертолета во многих краях света, показывает, как поверхность нашей планеты становится зримым свидетельством не только созидательной, но и разрушительной деятельности homo sapiens. Снимки архитектуры или пространственного строения городов, геометрии возделываемых полей, сети дорог или автострад тоже имеют социологический смысл, так как показывают фиксированные эффекты человеческой деятельности.

Миллионы лет существования человека и растущая численность и плотность экспансивной человеческой популяции привели к тому, что мир неповрежденной природы небывало уменьшился. Вероятно, в скором времени только яхтсмены, отправляющиеся в одиночное плавание вокруг света, или альпинисты, взбирающиеся на Гималаи, будут иметь возможность общаться с нетронутой природой. Когда мы оглядываемся вокруг, держа в руках фотоаппарат, почти всегда можем увидеть что-нибудь из мира человека. Казалось бы, что количество тем для визуальной социологии неограниченно, а почти каждый снимок имеет какой-то социологический смысл. Действительно ли турист, которого я недавно видел на рыночной площади в Кракове и который спешил за гидом, держа в руках фотокамеру и вообще не глядя в визир, время от времени механически нажимал на спуск, занимался визуальной социологией, поскольку на его снимках неизбежно оказывались какие-то люди и какие-то фрагменты людского городского окружения? Вот уж нет, и по трем причинам. Во-первых, он не делал снимки с социологическим намерением, т.е. руководствуясь каким-либо вопросом или проблемой, вытекающей из ранее сложившихся теоретических воззрений на общество, которым соответствовали бы выбор темы, композиция снимка, способ кадрирования (оставление за кадром того, что не важно), оперирование глубиной резкости (фокусировка на том, что важно) и другие композиционные или технические меры. Во-вторых, он намерен показать свои снимки родным или знакомым как доказательство того, где был и что видел, но ему бы и в голову не пришло отнести к ним как к предмету герменевтического, семиотического или дискурсивного анализа, чтобы выявить кроющееся за ними социологическое содержание. (К этому случаю мы вернемся в следующих главах.) Но наиболее важным является то, что не все, что случайно запечатлено, помимо наверняка содержащегося проявления общественной жизни, было также социологически важно, приносило потенциально важную социологическую информацию, оказывалось ключом к более глубоким, скрытым слоям общества, его чертам или закономерностям.

Область визуально фиксируемых проявлений общественной жизни огромна. Фотография «поставляет все те «детали», которые



являются сырьем этнологических знаний» [9, p. 28]. В этом отдают себе отчет не только социологи, но и фотографы. Классик документальной фотографии Доротея Ланге так характеризует цель своей деятельности: «Документальная фотография отражает современность и документирует ее для будущего. Фокусом интереса фотографии является человек. Она регистрирует его повседневную жизнь на работе, на войне, в развлечениях или его деятельность в течение суток, следующих друг за другом времен года или фаз жизни. Фотография отображает институты человека - семью, церковь, правительство, политические организации, клубы, профессиональные союзы. Она не только показывает их внешнюю сторону, но и старается открыть способ их функционирования, влияния на личность, лояльность и поведение. Фотография интересуется методами труда и зависимостью работников друг от друга и от работодателей. Она имеет исключительные возможности для отображения изменений» [85, p. 124].

Объекты и общественные явления, которые могут быть сфотографированы, находятся в определенной иерархии по важности. Попробуем составить списки таких визуально доступных объектов и явлений (т.е. потенциальных тем для фотографирования, потенциальных визуальных данных), которые давали бы наибольшую возможность социологического познания. Здесь мы идем по следам, проложенным когда-то Брониславом Малиновским [94], который, проводя антропологические исследования, пользовался составленным ранее «инвентарем для полевых наблюдений». Однако наш инструментарий для визуальной социологии мы хотим систематизировать, трактуя его как исходную точку аналитической матрицы контекстов и аспектов, в которых проявляется общественная жизнь.

Понятие контекста было уже введено ранее. Напомним, что речь идет о типичных областях общественной жизни, в которые люди как-то входят и из которых выходят в течение своего повседневного функционирования, а также в течение своей жизни. Каждый контекст специфичен в отношении разнообразных аспектов. Примем во внимание 15 наиважнейших общественных контекстов. Сначала те, которые являются базовым экзистенциальным опытом каждого человека, вытекающим из его биологической природы: дом, работа (в том числе техника), потребление, путешествия (перемещение в пространстве), болезнь, смерть. Затем те, которые встречаем в большинстве человеческих культур и которые отражают либо какие-то императивы коллективной, общественной формы человеческого бытия, либо какие-то неизбежные драмы коллективного существования: образование (воспитание), религию, политику,

науку (познание), искусство, отдых (развлечения), спорт, войну и природные катастрофы. В каждом из этих контекстов выделим шесть аспектов: действующие личности, их действия, взаимодействие (и общественные отношения), коллективность (и ее структура), культура и окружение (среда).

### 3.2. Человеческие личности

Базовой составляющей общества и главным объектом интереса социолога являются человеческие личности. С каким бы контекстом ни имели дело, мы найдем там людей: родителей, детей и родственников в контексте семьи, жителей и соседей в домашнем контексте, работников и руководителей в контексте работы, продавцов и покупателей в контексте потребления, врачей и пациентов в контексте болезни, могильщиков и скорбящих в контексте смерти, учителей и учеников в контексте образования, граждан и чиновников в контексте политики, священников и верующих в религиозном контексте, ученых и лаборантов в контексте науки, художников и зрителей в контексте искусства, пассажиров, пилотов и проводников в контексте путешествия, спортсменов, тренеров и болельщиков в контексте спорта, солдат и пленных в контексте войны.

Что можно сказать обо всех этих людях, что можно заметить, глядя на них (или фотографируя), как о целостных, живых, уникальных, с именем и фамилией индивидуумов? Мы можем прежде всего заметить их пол, возраст и расу. Затем характеристики телесные -рост, фигуру, физическую силу, растительность на лице. Тело, в отличие от «души» или «личности», несомненно, является объектом визуальным и поэтому представляет собой богатый источник данных [43, р. 19]. Мы замечаем одежду (костюм, мундир, униформу, регалии, ордена), прическу, орнаментацию тела (татуировку, макияж). Бросается в глаза пластика тела, выражение лица, выправка, поза, жест [106; 42]. Как заметил Ирвинг Гофман, «наша способность различать микроскопические нюансы в постановке глаз, головы и тела просто необычайна» [62, р. 18]. Затем мы узнаем кое-что о личной гигиене: замечаем чистоту, опрятность или, наоборот, небрежность и грязь. Но извне заметны также и определенные символы, присвоенные людям коллективами, в которых они состоят. Во-первых, символы общественного статуса - тога, костюм, платье, сутана, галстук, бижутерия, а также символы признания и престижа - ордена, знаки отличия. Мы можем также заметить проявления (или причины) особых примет отторжения обществом, например жалкий, не-

опрятный, грязный внешний вид, состояние алкогольного или наркотического опьянения, а также проявления отклонений, например эксцентричный, отличающийся от нормы наряд.

Примером проекта визуальной социологии, который сконцентрировался на портретировании маргинальных представителей общества - бездомных и нищих в Бостоне, является цикл Дуга Харпе-ра о «жизни в дороге» [69]. Здесь мы найдем выразительные снимки, богатые информацией об одежде, гигиене, орнаментации тела, позах и рисунках на лицах. Это результат многомесячных наблюдений автора, находившегося в этой девиантной среде. Подобный характер имеет цикл фотографий «Два взгляда на Венецию в Калифорнии», для которого Билл Арон [2] четыре месяца делал портреты евреев старшего поколения, населяющих этот район Лос-Анжелеса, а также членов молодежной «субкультуры пляжа», проводящих целые дни на роликах, скейтбордах и серфинге. Особым достижением этого проекта является контрастность фигур этих двух сред, открывающая поле для сравнительных заключений. Еще один аспект внешнего вида отражен в цикле Филлиса Ивена [44] «Ритуал красоты». Он показывает женщин у парикмахера, в косметическом салоне, у ма-никюрщицы, у портнихи, тонко чувствуя разницу в подходе к своей красоте, которая проявляется у женщин черной и белой расы, а также в различных возрастных группах.

### 3.3. Действия

Другим аспектом общественной жизни являются человеческие действия. В общественной жизни люди проявляют разнородную активность. Внешне поведение людей наблюдаемо, но о скрытом смысле поведения мы можем только догадываться. Поведение необычайно разнородно и выполняет различные функции в различных контекстах общественной жизни. Когда Флориан Знанецкий [153] предлагал классифицировать общественные функции, например, на образовательную, пропагандистскую, интеграционную, экономическую, художественную, политическую и др., то он имел в виду что-то похожее на наши «контексты», в которых функции играют различную роль. В определенном периоде мы можем видеть ритуальное поведение (повторяющееся в соответствии с известной последовательностью) или рутинное поведение (обычное, нормальное, которое в конкретной ситуации данная особа предпринимает всегда), а также поведение девиантное (отклоняющееся от стандартного поведения большинства). Мы можем зарегист-

рировать типичное поведение, аналогичное для многих активных личностей, поведение церемониальное, необычное из-за своей торжественности, редкости, важности, богатства украшений, сакрального окружения.

Два классических фотографических проекта сосредоточили свое внимание на нетипичных, насильно ограниченных формах активности. Один, автором которого является Брюс Джексон (Bruce Jackson), концентрируется на поведении заключенных в разных проявлениях вынужденного безделья. Другой, выполненный врачом Марком Розенбергом [119], фиксировал течение болезни и выздоровление пациента после инсульта, переход от частичного паралича к сложным формам поведения. Более богат визуально фотографический цикл польского психолога Эдварда Франуса [51], который на нескольких сотнях снимках, сделанных в течение нескольких лет, представил поведение собственной дочери, постоянно усложняющееся от фазы грудного ребенка до фазы детства.

### 3.4. Социальное взаимодействие (интеракция)

Третий аспект общественной жизни - это социальная интеракция, взаимно сориентированные действия по крайней мере двух человек. «Социальная интеракция - это явление, по сути, визуальное, организованное вокруг наблюдаемых символов. Поэтому люди во взаимодействии прекрасно поддаются визуальным исследованиям» [43, р. 190]. Наипростейшие виды интеракции - это контакты, столкновения, общение, например разговор (хотя, разумеется, если только смотреть, а не слушать, мы не будем знать, о чем идет разговор, будем видеть только, что два человека разговаривают). Сложные виды Джордж Герберт Мид (Mead George Herbert) определил как совокупную деятельность многих людей, входящих одновременно в большое количество перекрещивающихся или параллельных интеракций (дискуссия на научном семинаре, рождественский ужин или заседания «круглого стола» - это самые простые примеры). Для протекания интеракции необычайно важно пространственное положение партнеров. Не случайно за свадебным столом мы разговариваем иначе (с соседями справа и слева), чем за дипломатическим круглым столом (с равной возможностью завязать разговор с каждым из сидящих вокруг). И совсем по-другому - на так называемом стоячем приеме, где расположение партнеров постоянно меняется, что можно зафиксировать серией снимков (хорошие примеры, хоть по намерениям и несоциологические, -

это репортажи из жизни элиты либо из магазинов для женщин). Все эти существенные пространственные характеристики запечатлеваются зрительно (а затем и фотографически). «Исследование интеракций может оказаться исследованием людей как носителей символов, показывающих их идентичность, статус или общественную компетенцию. Поскольку создание и считывание этих символов находятся главным образом в визуальном домене (исключением является, например, запах духов или язык, на котором разговариваем), социальная интеракция является, по существу, активностью восприятия, сосредоточенного в значительной степени на наблюдаемой символической. Поэтому анализ людей, находящихся в интеракции, отлично подходит в качестве темы визуального исследования» [43, p. 190].

Широко известен классический фотографический проект Грегори Бейтсона и Маргарет Мид [13], центром внимания которого является собственно интеракция. В 1936-1939 гг. они проводили полевые исследования на острове Бали, где сделали около 25 тыс. снимков островитян, сконцентрировавшись на социализации, образовании и воспитании (а значит, интеракции родителей и детей, а также контактов между самими детьми). Они должны были показать, как формируется индивидуальность отдельной личности (а в результате своеобразный «характер» этого общества). «Наша цель - показать, как аборигены Бали, живые люди, двигающиеся, стоящие, едящие, спящие, танцующие и впадающие в транс, реализуют абстракции, которые на языке специалистов мы называем культурой». В результате двухступенчатой селекции было выбрано сначала 6 тыс., а потом 759 снимков, которые были опубликованы. Упорядоченные в тематической таблице в соответствии с такими категориями, как, например, пространственная ориентация, учеба, интеграция и дезинтеграция тела, родители и дети, родственники, стадии развития ребенка, ритуалы перехода, и снабженные обширными комментариями, они содержат огромный массив научных знаний благодаря двум равнозначным посредникам - фотографиям и текстам.

Другой проект, посвященный коллективным интеракциям, был выполнен Эдуардом Вивейрос де Кастро в среде представителей племени явалапити в Мато Гроссо в Бразилии. Темой его снимков стали ритуальные танцы со всем их сакральным оформлением, разнообразными одеждами и орнаментами тела. Совершенно иным способом подходил к анализу интеракций Эдвард Холл [66, 67], который сосредоточил внимание на пространственной дистанции и способе использования дистанции партнерами. На основе анализа фотоматериалов он выделил в интеракциях интимную

дистанцию (до 45 см), дистанцию индивидуальную (своеобразную защитную сферу, которую каждый из нас как бы создает вокруг себя и реагирует на ее нарушение - до 1,2 м), дистанцию общественную (типичную для формальных отношений, на работе, а также, когда мы хотим изолироваться и отключиться от разговора - до 3,6 м) и дистанцию публичную (в очень формальных отношениях, публичных докладах, университетских лекциях, дворцовом или дипломатическом протоколе - более 7,5 м). Оказывается, дефиниция соответствующих дистанций для данных общественных отношений в разных культурах различна. Как предостерегает сам автор, «обобщения эти являются совсем не типичными для поведения людей, даже для поведения американцев (...) негры и латиноамериканцы, как и эмигранты из стран южной Европы, имеют совершенно иные проксемические образцы» [67, с. 149]. Холл выделяет исследование межчеловеческого пространства как отдельную область и дает ей название проксемики [67, с. 165].

### 3.5. Коллективность и коллективные действия

Очередным, четвертым, объектом, доступным для наблюдения (а затем и фоторегистрации), являются людские коллективы. Мы можем зрительно определить прежде всего такие формальные черты, как численность, вид, форма или пространственная структура коллектива (пара, группа, строй, очередь, толпа и др.). Еще более тонкая структура ранжирования или неравенства - полового, расового, этнического или имущественного - внутри коллектива, доступна для фотографической фиксации. Особенно частым объектом фотографирования являются острые общественные контрасты, главным образом, между богатством и нищетой. Но по признакам, чисто внешним, часто удается определить также и «содержательный» род коллектива: его цель, характер предпринимаемых действий (пара влюбленных, игра в шахматы или в теннис, футбольный матч, туристическая экскурсия, семья на прогулке, школьный класс, политическая демонстрация, войсковое подразделение, театральная аудитория). В коллективах постоянно проявляется активность. Она не сводится к действиям личностей, а только принимает разные формы коллективного поведения. С помощью серии снимков мы можем зафиксировать изменяющийся ритм коллективной активности: дневной, недельный, годовой (например, типы активности, проявляемой в разные дни недели, праздничные или воскресные, усиление уличного движения в разное время дня, ритм крестьянской работы в разные

времена года). Мы можем найти много внешних признаков типичного коллективного поведения в определенных повторяющихся ситуациях (уличная манифестация, религиозная служба, дискотека, бал, рок-концерт и т.п.).

Коллективное поведение - это очень фотогеничный объект. Он является типовым объектом газетной репортерской фотографии. Снимки так называемой уличной политики или массовых политических выступлений, протеста и противостояния мы можем найти почти в каждой газете. С точки зрения социологии особенно важной формой поведения являются общественные движения, например очень зрелищные экологические, антиглобалистские, феминистские движения. Показателен социологический проект, в котором собраны разнообразные снимки одного из наиболее массовых общественных движений XX в. - негритянского движения за гражданские права в США под предводительством Мартина Лютера Кинга [1]. Огромна фотодокументация движения «Солидарность», особенно периода забастовок 1980 г. и периода военного положения 1981-1982 гг. Столь же частой темой фотографий, богатых социологическим содержанием, являются катастрофы, стихийные бедствия и военные конфликты [75]. В этих ситуациях четко проявляются особенно драматические формы коллективного поведения. Классическим творцом военного репортажа является Роберт Капа (Robert Capa), чьи фоторепортажи с гражданской войны в Испании, а затем с разных фронтов Второй мировой войны, опубликованные главным образом в журнале «Life», с глубокой проникновенностью показывали трагизм военных событий. Жизненную программу на основе пацифистской идеологии сделал Ричард Нахтвей, показывая трагедию войны. В Польше потрясающими репортажами с балканских войн, войн в Афганистане и Чечне мы обязаны группе фотографов, объединившихся вокруг газеты «Wyborczej», например Кшиштофу Миллеру, или телевизионным репортерам во главе с трагически умершим Вальдемаром Милевичем. В совершенно другой области коллективное поведение типично для контекста спорта, отдыха и развлечений. Спортивная фотография, показывающая поведение как спортсменов, так и болельщиков, позволяет заметить много явлений, интересных для социологии. Мастером спортивной фотографии в Польше является Куба Атыс.

### 3.6. Культура

Пятый аспект общественной жизни - это культура. Непосредственно наблюдаемым является все то, что умещается в понятии ма-

териальной культуры и становится объектом интереса (в том числе фотографического) этнографии. Традиционная тема - орудия труда, предметы домашнего хозяйства, оформление домов, одежда. Но потенциально все предметы «представляют собой запись человеческой активности (...) и могут служить в качестве указателей более широких общественно-культурных процессов, становясь инструментом теоретически углубленной разработки общественной жизни» [43, р. 109]. Внешне наблюдаемыми проявлениями обладает художественная и символическая культура, область по своей сути сознательно и на первый взгляд недоступная, но имеющая сильное влияние. Места, в которых можно найти массовые материальные основы общественного сознания, - это церкви, святые места, кладбища, книжные магазины и киоски с газетами, театры, кино, филармонии, музеи и места народной памяти, памятники и патриотические монументы.

Сфера зрелищ, в которой проявляются стандарты культуры и элегантности, - это мода. Принятые в данной профессиональной группе стандарты внешнего вида выявляют снимки людей бизнеса или артистической богемы. Регламентацию внешнего вида мы увидим в военном обмундировании, облачении священнослужителей, мантиях судей, докторских халатах. Нормативная культура находит свое внешнее выражение в знаках запрета или указания, например дорожных знаках или информационных табличках на вокзалах и в аэропортах.

Любопытный фотографический проект, представляющий систему графических знаков, можно найти в специализированном журнале «Information Design Journal», посвященном практическому использованию визуальной культуры [126]. Авторы проекта трактуют такие знаки как особые категории непосредственно практического смысла: «Людей интересует не вообще значение знака, а лишь использование его в определенных целях (...), их мышление не является теоретическим и обобщающим, а только практическим и в конкретном контексте (...) Считывание знака является практической деятельностью в рамках задачи поиска дороги» [126, р. 81, 90]. Этот пример приводит нас к многократно показанной ранее черте общества поздней современности: повсеместному присутствию в нашем окружении образов - умышленно реалистичных или символических представлений разнообразных объектов или ситуаций. Здесь можно еще назвать рекламу, вывески, плакаты, билборды, флаги, транспаранты, логотипы, граффити, проявляющие разными способами внешние существенные правила или ценности культуры.



### 3.7. Окружающая среда общества

Шестой аспект общественной жизни - это окружение. Индивидуальная или групповая активность проявляется не в пустоте, а среди различных природных объектов. Предметом наблюдений может быть, следовательно, локализация отдельных людей и коллективов в пространстве. «Почти все, чем является человек и что он делает, связано с осознанием пространства» [67, с. 231]. Речь идет, во-первых, об экологии, которая существенно влияет на человеческую активность: окружение лесное, пустынное, горное, приморское, степень загрязнения окружающей среды. В городах существенным является пространственное расположение, насыщение зеленью: парки и сады. Эрвин Зубе [155] руководил оригинальным фотографическим проектом, который должен был показать, как люди реагируют на ветер, сила и направление которого зависят от расположения улиц в большом городе. Он вместе с сотрудниками фотографировал пешеходов в ветреные дни на четырех больших перекрестках в Бостоне, а затем графически и количественно представлял перемещение уличных групп, соотнося это с силой ветра и расположением улиц. Общественно важным является также тип горизонта, плоский или гористый (например, Голландия в сравнении со Швейцарией). Среди других «контекстовых» обстоятельств можно привести: климат (соотнесенный с типом одежды, усадеб), тип поселения (городской, сельский, пригородный, кочевой), вид дорог и дорожная сеть, колорит и эстетика окружающей среды (серость или красочность, балаган или согласие, хаос или порядок).

Окружающая среда человека - это не только природные объекты, но и искусственное окружение, созданное человеком: техническая цивилизация или инфраструктура. Здесь размещаются такие поддающиеся внешнему наблюдению составляющие, как тип усадеб, структура населенных пунктов, форма садов и возделываемых полей. В городах важными элементами являются памятники старины, кафе. Кроме этого к важным элементам можно отнести меблировку и организацию жилого пространства, украшения, типичные предметы (книги, картины, газеты, дипломы, охотничьи трофеи, экзотические сувениры из путешествий и др.). В свою очередь, существенными являются техническое оборудование жилищ, используемые приборы, посуда, кастрюли и т.п. В наше время центральное значение приобретает телевизор: стоит понаблюдать его расположение в доме (центральный это объект или периферийный, в какой комнате находится, один или несколько) Огромный международный сравнительный проект основывался на фотогра-

фировании выбранных самими жителями важных в их понимании элементов оборудования, которые выносились перед домом и трактовались как сценографический фон для коллективных портретов [95]. Шестнадцать фотографов оформили 30 таких семейных коллективных портретов в окружении предметов домашнего обихода. Эти портреты были сделаны в 30 странах, они предоставляют фантастический материал для сравнений. Например, поразительно, что на всех снимках, где бы они не были сделаны, всегда присутствует телевизор - своеобразный «культурный универсалий» нашего времени. Более естественным способом подобную цель реализовала Софья Рыдет (Zofia Rydet), делая портреты представителей различных общественных групп на фоне их подлинных жилых интерьеров [120; 39; 24].

Сложный комплекс категорий для классификации предметов в жилых интерьерах предлагает Гарольд Риггинс [117]. Предметы «активной природы» - это такие, которые используются как инструменты (например, вилки), а «пассивной природы» - это объекты созерцания (конTEMPLации) или декорации (например, ваза на фортепиано). «Предметы престижа» свидетельствуют об общественном статусе (например, фортепиано, античная мебель). «Знаки идентичности и самооценки» - это предметы, посредством которых жители говорят что-то о себе (например, свадебный снимок, академический диплом или кубок за спортивные победы). «Стыдливые предметы» - это такие, которые открывают какие-то очень частные стороны жизни и вообще остаются скрытыми (например, запасы лекарств, грязное белье, порнографические издания). «Развлекательные предметы» - это, например, массовые игры или колода карт. «Профессиональные предметы» это средства исполняемой профессии (например, стетоскоп или шприц в доме врача, научная библиотека в доме ученого). «Экзотические предметы» - это такие, которые выставлены как доказательства посещения чужих краев (например, раковины из тропических морей или африканские статуэтки).

Независимо от отдельных перечисленных объектов социологическую информацию можно черпать из определенных самых общих черт жилого интерьера, например из статусной связности или несвязности. Речь о том, собраны ли предметы одного и того же класса, отражающие уровень финансового и культурного капитала владельца жилища (например, античная мебель, старые рукописи, аутентичные картины), или случайные (например, смешанная античная и современная мебель, живопись и дешевый плакат, телевизор высокого класса и ржавые кастрюли).

Вне жилища нас окружают средства транспорта и связи, прежде всего автомобили и все то, что связано с «автомобильной цивилизацией»: заправочные станции, автомобильные стоянки, придорожные кафе, мотели и проч. В скандинавских странах, Голландии, Бельгии — велосипеды и отдельная инфраструктура велосипедного движения. В деревне — сельскохозяйственные предметы и устройства, а также домашние животные. Интересны объекты на кладбищах, где в характере надгробий или их расположении находят выражение важные черты общества и особенно классовое неравенство или этнические различия. Наконец, в окружении людей находятся следы их прошлой активности, например объекты вандализма, безнадзорности, заброшенности или объекты, которые мы можем найти на свалках. Существует забавно звучащая специальность «археология свалок» (англ. *garbology*).

Много характерных визуальных особенностей демонстрирует производственная среда. Этот контекст сопровождает большинство людей значительную часть дня. Важной является пространственная организация места труда (будь то фабрика, поле, ремесленная мастерская или офис). Важен характер орудий труда и используемого оборудования. Эстетику помещений заводских цехов, офисов, социальных помещений также можно фиксировать с помощью наблюдений. Областью, занимающей в современном обществе значительную часть человеческой активности, является потребление. Наблюдению могут подлежать организации, поставляющие товары и услуги: магазины, супермаркеты, торговые площади, ярмарки, базары, рестораны, пабы, столовые, бары, таверны, чайные и др. Богаты визуальными особенностями всякие потребительские товары, внешний вид, упаковка которых (однородность или разнообразие, серость или цвет) являются предметом разработки и манипуляции производителей и продавцов. В нашем окружении мы можем найти многочисленные объекты, служащие развлекательным целям: общественные парки, водные парки, дискотеки, салоны компьютерных игр, цирки, веселые городки, развлекательные центры (Диснейленд, Пратер, Леголенд) и т.п. Среди них выделяются объекты для спортивных целей и развития физической культуры: стадионы, теннисные корты, плавательные бассейны, беговые дорожки, клубы культуристов, сауны. Часто обнаружение их в окружающей среде позволяет определить, каким развлечениям люди отдают предпочтение или каким занимаются спортом.

Выполненный обзор визуальных явлений в нескольких десятках контекстах общественной жизни явно не полон. Обзор должен

лишь показать, как необычайно богаты и разнообразны визуальные проявления шести выделенных аспектов общества: действующих личностей, деятельности, взаимодействия, людских коллективов, культуры и окружения, и насколько огромны возможности фотографической регистрации, приспособленной к социологическим вопросам и проблемам. Приведенное разделение можно представить в виде матрицы, элементы которой образованы отдельными контекстами и выступающими в каждом из них аспектами (см. таблицу). Как видно, мы имеем почти сто категорий явлений, событий и предметов, которые могут подвергаться зрительному наблюдению и быть зафиксированными на фотографии. В таблице приведено только по одному примеру из сфер выбранных категорий, хотя очевидно, что их может быть гораздо больше. Оставим восполнение остальных воображению и сообразительности читателя.

Матрица визуальных данных

Контексты	Аспекты					
	Личность	Действия	Интеракция (взаимодействие)	Коллектив	Культура/техника	Среда
Семейный дом	Ребенок	Готовка	Семейный ужин	Семья	Мебель	Жилище
Работа	Шахтер	Работа в забое	Кооперация	Бригада	Кайло	Шахта
Потребление	Клиент	Покупка	Сделка	Покупатели	Реклама	Магазин
Путешествие	Турист	Посещение	Объяснение	Экскурсия	Памятники	Отель
Болезнь	Врач	Терапия	Исследование	Медицинская служба	Томограф	Больница
Смерть	Могильщик	Похороны	Соболезнование	Траурная процессия	День поминовения	Кладбище
Образование	Учитель	Лекция	Экзамен	Класс	Проектор	Школа
Религия	Ксендз	Служба	Исповедь	Верующие	Алтарь	Костел
Политика	Депутат	Голосование	Спор	Избиратели	Дебаты	Сейм
Наука	Профессор	Исследования	Семинар	Студенты	Книги	Университет
Искусство	Художник	Рисование	Позирование	Богема	Композиция	Музей
Отдых	Отдыхающий	Загорание	Игра	Курортники	Серфинг	Курорт
Спорт	Спортсмен	Игра	Матч	Команда	Футбол	Стадион
Война	Солдат	Стрельба	Бой	Отряд	Карабин	Поле боя
Бедствия и катастрофы	Жертва	Спасение	Взаимопомощь	Погорельцы	Спасательное снаряжение	Руины

## **Глава 4**

### **Фотография как дополнение к другим методам социологии**

Роль фотографии в социологическом познании является предметом разногласий. Это эхо более широкого спора о статусе общественного познания. Традиционная позиция, вытекающая еще из позитивистской ориентации, - цель и окончательный результат познания есть достижение объективной истины, т.е. выявление свойств и закономерностей общественной жизни. Новая позиция, связанная прежде всего с постмодернистским направлением, отрицает существование объективной истины, во всяком случае возможность ее достижения, указывая, что каждое знание субъективно, сильно связано с контекстом познания или с ситуацией познающего субъекта.

#### **4.1. Критический реализм**

В соответствии с традиционной позицией фотография является представлением определенного объективно существующего положения вещей. В фотографической технике используется оптическая закономерность (*camera obscura*), благодаря которой каждый снимок можно трактовать как отражение объекта, находящегося перед объективом. Такую позицию - ее можно назвать реалистичной - представляет Ролан Барт: «В случае фотографии мы никогда не можем отрицать, что эта вещь здесь была (...) Вот на снимке Кер-теша 1915 года группа польских солдат отдыхает на поле; в этом нет ничего необычного, за исключением того, чего не дала бы мне ни одна реалистическая живописная картина, - уверенности, что они там были; то, что я вижу, не является воспоминанием, воображением, реконструкцией, кусочком обнаженной Махи (в картине Гойи), то есть тем, что дает нам искусство, но реальностью в прошлом времени, одновременно прошлой и реальной» [9, р. 76-81]. Подобную мысль мы найдем и у классиков фотографии. Эдвард Вестон (*Edward Weston*) заметил: «Только большим усилием можно заставить камеру врать, по природе она - честный медиум»

(цит. по [130, р. 186]). Ему вторит Ласло Мохоли-Наги (Laszlo Moholy-Nagy): «Фотокамера - наиболее надежный инструмент для получения объективного видения (цит. по [130, р. 203]). Реалистическую точку зрения принимают также заинтересованные фотографией социологи. Возможно, единственное отличие между предметом и его изображением сводится к следующему: «то, что мы видим, является таким, как мы это видим сейчас, в этот момент, в то время как изображение в лучшем случае нам гарантирует, что так было когда-то» [62, р. 12].

Естественно, мы все время говорим о традиционной фотографии, использующей светочувствительную пленку, так как цифровая фотография открывает неограниченные возможности компьютерной манипуляции образом, в результате чего создаются виртуальные образы, говоря языком Бодриера, «имитации», вообще не имеющие соответствия с реальностью. По Мирзоеву [97, р. 88], это означает «конец фотографии как доказательства чего-либо».

Где-то в 1980-е годы реалистической позиции противопоставляется другая, впервые сформулированная в «новой этнографии» [108, р. 1], позднее в постмодернистских направлениях, а также в определенных течениях «исследований культуры». Согласно этой позиции, фотография отражает не реальности, а скорее «персональные и профессиональные намерения фотографа, которым подчинены его действия, способ использования фотографии в отношении специфических культурных дискурсов и особых аспектов своей самоидентификации, а также того, какие теории представления инспирируют его практику» [108, р. 55]. Назовем такую точку зрения критической. Здесь фотография - инструмент познания, но не того, что она представляет, а скорее субъективного и общественного контекста производства снимка. Как заметил Маркус Бэнкс, это касается наиболее объективных фотографических техник: «Даже те классические невидимые камеры современного промышленного общества - камеры, наблюдающие в банках, регистрирующие превышение скорости на шоссе, глаза в небе, осматривающие территорию с вертолета, - размещаются обществом и видят с определенной общественной точки зрения» [7, р. 18].

Реалистическая позиция трактует фотографию как дополнение к выработанному ранее арсеналу методов и техник исследований, как дополнительное вспомогательное средство познания общества. Так трактует фотографию Сьюзен Зонтаг: «Фотографию обычно считают инструментом познания реальности (...) Фотография предоставляет доказательства. Нечто, о чем мы слышали, но в чем сомневаемся, представляется доказанным, когда нам показывают снимок (...) Фотография служит неопровержимым доказательством

того, что что-то случилось» [130, р. 93, 5]. Крайняя критическая позиция принимает «противоположную точку зрения: чтобы правильно постичь визуальную сферу, общественные науки должны, скорее всего, (...) развивать альтернативные цели и методологии, а не включать визуальный аспект в существующий методологический устав и аналитические схемы» [108, р. 4]. К сожалению, автор вряд ли смогла объяснить, на чем должны основываться эти альтернативные методы.

В этой книге я принимаю среднюю позицию, которую можно определить как критический реализм. Не отрицая меткости некоторых наблюдений «новой этнографии», постмодернизма или «исследований культуры» субъективных или ситуационных факторов, находящих выражение в фотографии, я утверждаю, что снимок всегда является снимком чего-то, что-то представляет, отражает какие-то явления или общественные закономерности. Как и Элизабет Чаплин, считаю, что «не существует повода, чтобы исследователь общества не принимал во внимание, что фотографии конструируются обществом, а равно и признавал, что они могут предоставлять особую информацию об обществе, которую этот исследователь ранее почти или вовсе не знал» [30, р. 199].

Если фотоаппарат - своеобразное продолжение человеческого глаза, то в выполнении фотографии проявляется двойственность, которая в обычном языке улавливается в различии «видеть» и «смотреть». Видеть - значит пассивно регистрировать что-то существующее где-то снаружи, вне лица, которое это видит. Смотреть - значит активно концентрировать внимание на чем-либо в соответствии с субъективными или культурными критериями важности. Фотоаппарат видит, отражает то, что находится перед объективом, какой-то фрагмент мира таким, какой он есть, реальным. Фотоаппарат, а вернее, держащий его в руках фотограф, смотрит через объектив, кадрирует, ставя в центр то, что существенно, сдвигая к краям то, что несущественно, снимает объект резко или нерезко, придает образу тонировку, контраст, применяя фильтры и другие технические процедуры. Все это в соответствии с определенными личными намерениями и правилами культуры. «Наиболее тривиальная фотография выражает, помимо явных намерений фотографа, целую систему схем восприятия, мышления и оценок, общую для всей группы» [25, р. 6]. Более того, объект в случае социологической фотографии - это чаще всего человек. А он может не оставаться пассивным, а взаимодействовать с фотографирующим, располагаясь, позируя, относясь к деятельности фотографа опять-таки в соответствии со своей субъективной дефиницией ситуации, а также с правилами культуры, принятыми в его обществе



и касающимися фотографирования. Полученный снимок, таким образом, является результатом переговоров между фотографирующим и фотографируемым. «Не только субъективизм исследователя придает реальности оттенок его понимания, но и отношения между субъективизмами исследователя и информатора создают договорную версию реальности» [108, p. 20].

Следовательно, анализируя снимок, необходимо всегда принимать во внимание по меньшей мере три его слоя: (а) то, что он отражает, или предмет; (б) субъективизм и культурную ориентацию фотографирующего; (с) субъективные и культурные реакции фотографируемых, выраженные в том, какими они появляются на снимке. В случае социологической фотографии, выполняемой намеренно в познавательных целях, слой (б) относительно легко фиксируется. Мы можем принять, что субъективным намерением фотографирующего является исследование общества, ситуация однозначно определена как исследовательская, а его культурная ориентация является производной от принадлежности к научному сообществу, в процессе исследовательской деятельности она доминирует над его другими склонностями или принадлежностью к другим сообществам. Слой (с), представляющий собой реактивность исследуемых лиц, будет проявляться в различной степени в зависимости от того, в границах какой техники или социологического метода используется фотография. Пока остановимся на слое (а), т.е. на реалистической стороне «критического реализма», вникая в то, каким исследовательским методам и техникам социологии фотография может помочь в понимании свойств и закономерностей общественного мира.

## 4.2. Наблюдение

Совершенно очевидно, что когда мы говорим о фотографировании, то это дополнение или обогащение прежде всего методов наблюдения. Типы наблюдений с использованием фотоаппарата могут отличаться прежде всего локализацией наблюдателя (фотографа) в наблюдаемом обществе. Мы можем иметь дело с наблюдением внутренним, проводимым участником сообщества (инсайдером), либо с наблюдением наружным, проводимым членом другого сообщества (аутсайдером). В случае внутреннего наблюдения исследователь входит в исследуемый коллектив, выполняет характерные для него функции, подражает типичным способам жизни, осваивает господствующие правила, нравы и обычаи, учит местный язык или

тонкости терминологии. В результате члены коллектива принимают его за своего. Благодаря этому он становится в определенном смысле невидимым, растворяется в коллективе и может проводить тщательные наблюдения, не нарушенные реакциями исследуемых. Более того, близкое знакомство с исследуемым коллективом позволяет показать его наиболее тонкие, скрытые черты и закономерности. Иногда это исследование требует нескольких месяцев или лет, но познавательная выгода огромна: «Общество открывается перед исследователями, которые внимательно его наблюдают в течение долгого времени, а не быстрым взглядом прохожего (...) Проводя долгое время среди членов исследуемого сообщества, фотограф изучает, что стоит фотографировать, где происходит более глубокая, а не поверхностная драма, и как эта драма может быть переведена на язык света и видения» [45, p. 1].

В классических исследовательских проектах, выполняемых этим способом в первую очередь социальными антропологами в полевых исследованиях (например, Брониславом Малиновским, Грегори Бейтсоном и Маргарет Мид), а позднее социологами в разных кругах, типичных для современного городского общества (например, среди молодежных банд в классических исследованиях Вильяма Фут-Уайта (William Foote-Whyte)), основным инструментом наблюдений была записная книжка. Записи можно было делать в тайне от исследуемых, например, Уайт ночью записывал наблюдения за целый день. Гораздо труднее сохранить незаметность и анонимность, когда инструментом исследований становится камера: «Поскольку фотографирование гораздо более активно, чем наблюдение, оно определенно влияет на то, как полевого исследователя принимают» [69, p. 30].

Особенно это касается той среды, где любительское использование фотоаппарата не является распространенной практикой. Дуг Харпер (Doug Harper) описывает особые трудности, с которыми он столкнулся в фотографическом проекте, касающемся бездомных трампов. В первую очередь, он должен был стать полностью принятым сотоварищами и влиться в их повседневную жизнь, что само по себе требовало не просто искусства камуфляжа. Этот период еще не мог сопровождаться фотографической практикой, однако был бесценным для понимания проблем среды наблюдаемых изнутри, что позволяло выбрать социологически существенные темы для фотографирования и даже подготовить сценарии для съемок. Только тогда можно было принести какую-нибудь простую и дешевую камеру, естественно, найденную на помойке, и прикрыться таким нетипичным хобби. Со временем фотографируемые привыкли к этому чудачеству и перестали обращать на него внимание.

В результате появилась превосходная коллекция социологических снимков.

Ситуация для социальных антропологов, включающих фотографическую документацию в свои полевые методы, была несколько легче. Кроме длительного пребывания в исследуемом коллективе, освоения его языка, они воспринимались аборигенами как белые, которые прибыли откуда-то извне. Поэтому аборигены могли отнестись к фотографированию как к неопасному эксцентрическому чудачеству белого человека и не обращать на него внимания. Естественно, наблюдение участника своей собственной среды является наиболее простым. Но и здесь использование камеры, если она не должна вызывать реакции фотографируемых, требует оправдания. Есть места, где фотографирование естественно и распространено, например привлекательные туристические объекты, улицы, площади или другие общественные места. Хуже дело обстоит в частных местах (например, домах) или местах, считающихся сакральными (например, церкви, кладбища). Существуют категории людей, легче поддающихся фотографированию. Например, дети очень быстро привыкают к виду камеры и перестают обращать внимание на фотографирующего. Другая группа - публичные особы: политики, известные личности, еще одна - прославленные люди: актеры, певцы, спортсмены, для которых появление на фотографиях является частью их повседневного образа жизни.

В определенном смысле, хотя и без научной цели, социологическим проектом являются снимки известной американской фотохудожницы Нан Голдин (Nan Goldin). Темой фотографий она сделала свою запутанную жизнь в маргинальной среде - наркоманов, гомосексуалистов, трансвеститов, больных СПИДом, в которую она попала в молодости после самоубийства сестры и побега из дома. Как пишет она сама, с этого времени фотография стала для нее способом сохранения памяти о собственной жизни и инструментом поиска самоидентификации. Она фотографировала с 1970-х годов, очень реалистично показывая наиболее интимные и скабрёзные моменты жизни группы: сексуальные отношения, удовлетворение физиологических потребностей, мастурбацию, переодевание в одежды противоположного пола и, наконец, телесную деградацию и смерть от СПИДа. Снимки сделаны в убогих интерьерах жилищ, в которых встречалась группа.

Что поражает в показе столь отталкивающих картин, так это глубоко гуманистическая солидарность и сочувствие к фотографируемым. Формула ее фотографий напоминает, правда, появившееся значительно позднее реалити-шоу с «Великим Братом» во главе. Там тоже полно телесности, секса, девиационной интимно-

сти. Но разница абсолютно принципиальная. Как заметил Мирзо-ев, «ее работы отходят от самой сути фотографии, которая является подглядыванием, а становится свидетельством. Свидетель сам участвует в данной сцене и потом ее представляет, тогда как подглядывающий старается оставаться невидимым» [97, р. 81]. Благодаря Голдин мы получаем реальную картину судьбы затерянных молодежных субкультур, которые после бытовой революции конца 1970-х годов рассчитывают на построение новых форм отношений между людьми и терпят поражение от культуры «главного потока», зависимости от наркотиков и эпидемии СПИДа.

Противоположностью внутреннего наблюдения является внешнее наблюдение с позиции аутсайдера, не являющегося членом наблюдаемого коллектива. Достоинство этого метода проявляется тогда, когда мы хотим добраться до исключительности, необычности, отличительности, экзотичности того, что делается в коллективе. При внутреннем наблюдении определенные проявления общественной жизни наблюдаются настолько естественными и обычными, что они перестают восприниматься. Это может довести до идеализации собственного коллектива, этноцентрического видения. При внешнем наблюдении можно отчетливее ощутить различие между другими культурами (в том числе и отличие от нашей собственной), сохранить необходимую эмоциональную дистанцию как условие объективности картины. Внешнее наблюдение острее выявляет контрасты и освобождает от ценностных преувеличений. Из истории социологии хорошо известно, какие великолепные результаты дал подход аутсайдера, например, в исследовании американской демократии, выполненном французом Алексисом де Токвилем в 1848 [142], или в исследованиях негритянского вопроса в Америке, проведенных шведом Гуннаром Мюр-далем [100]. Переноса эти уроки в область социологической фотографии, мы можем принять, что ситуация аутсайдера повышает остроту зрения. Фотограф-социолог не так уж сильно отличается от фотографа-любителя, который во время заграничных поездок вынимает камеру, чаще всего спровоцированный экзотикой. Следовательно, внешнее наблюдение будет наиболее полезно при сравнительных или межкультурных исследованиях.

Другой критерий типов наблюдений - это заметность фотографа. Он может проводить наблюдения скрытно, замаскированно, под видом других занятий, а может открыто, завязывая контакт с наблюдаемыми (фотографируемыми), объясняя им свою роль исследователя и цель фотографирования. Мы говорим в этом случае о партнерской, или коллаборационной, фотографии. Как известно, нет идеальных методов, каждый имеет свои достоинства и недостатки.

Сильные телеобъективы позволяют фотографировать из укрытия. Их достоинством является исключение реакции объекта на фотографирование, что могло бы существенно деформировать ситуацию, ее естественность. Однако их недостатком является узкий кадр и малая резкость, т.е. изоляция фотографируемого объекта от фона, тогда как для социологических целей существенным чаще всего является широкий контекст, в котором происходит деятельность или взаимодействие: улица или парк, концертный зал или футбольный стадион, магазин или музей, жилище или тюрьма и т.п. Без учета контекста, который визуально выявляет только широкий фон снимка, полная интерпретация наблюдаемых персонажей, их деятельности или взаимодействия невозможна. Поэтому для фотографа-социолога наиболее полезна фотография, сделанная с близкого расстояния широкоугольным объективом. Как говорят профессионалы, «если твой снимок недостаточно хорош, значит, ты не подошел достаточно близко» (Robert Capa, цит. по [17, p 85]).

Однако фотосъемка с близкого расстояния вообще исключает камуфляж. Появляется тот самый деформирующий эффект, вызванный реакцией фотографируемых, которые видят, что их фотографируют. Если они заметят, что фотограф старается скрыть, что он фотографирует, возникают подозрения относительно его целей и они могут ответить нежеланием или враждебностью. В других случаях объекты могут принимать неестественные позы, кокетничать перед объективом. Глядя на человека, который смотрит (или фотографирует), мы корректируем свое положение, располагаемся по отношению к тому, кто на нас смотрит, так, как нам хотелось бы, тем самым мы представляем наш собственный имидж [25, p. 83]. Ролан Барт [9, p. 10] так описывает впечатления портретируемого: «Когда я чувствую, что на меня смотрят через объектив, все изменяется: я позирую, заранее превращаюсь в картину». Каждый, кто смотрит по телевизору футбольные матчи или рок-концерты, заметит, что, когда камера скользит по публике, люди, на которых она сфокусирована, сразу начинают делать мины, махать в камеру, что-то выкрикивать. Режиссер тут же переходит к другому кадру, в котором, однако, ситуация моментально повторяется.

Дополнительной проблемой при фотографировании из укрытия является этическая. Разве это не есть в определенной степени обман и нарушение права фотографируемого на свой внешний вид или сохранение анонимности? Разве это не есть попросту подглядывание за другими, подобно тому, как это делают папа-рацци, профессиональные подглядывальщики звезд кино и успешных людей? Как пишет Пьер Бурдьё, «Наблюдение, когда нас не видят и не видят, что мы наблюдаем, не смотрят на нас, а еще

больше съемка таким способом приводит к краже изображений других людей» [25, р. 10]. В большинстве современных юридических систем право на охрану собственного изображения и его неприкосновенность трактуется как одно из гражданских прав, нарушение которого может повлечь за собой гражданские или даже уголовные санкции. Исключением считаются обычно скопления нескольких лиц и более в публичных местах, а также известные люди, профессиональная роль которых предусматривает публичную презентацию (политики, спортсмены, актеры и др.).

Чтобы освободиться от таких этических или юридических дилемм, а также исключить или, по крайней мере, контролировать деформирующие реакции фотографируемых, необходимо пользоваться другим видом наблюдения, вступая в открытые отношения с фотографируемыми, раскрывая им свои цели и добиваться определенного уровня сотрудничества. Такая стратегия требует, конечно, особенной личной предрасположенности: умения и легкости установления контакта с другими, открытость, что, как известно, не каждому дано. Классический фотографический цикл Софьи Рыдет [120] не был бы сделан, если бы не напористая и одновременно тонкая позиция автора, открывающая перед ней двери частных домов. Анна Бохдзевич [24, с. 189] это описывает так: «Пани Софья искала хаты, в которых надеялась найти какие-то старые вещи, выбирала наиболее старые халупы. Говорила: О! Войдем сюда! Если хозяйки, видя нашу группу, выходили, пани Софья сразу переходила в атаку: Здравствуйте, здравствуйте, а мы идем к вам делать снимки. - Какие снимки? - пробовали узнать атакованные особы. - Такие снимки, за которые ничего не надо платить, их будет рассматривать Святой Отец... такая регистрация старых хат. Можно к вам войти? И уже мы входим в дом, а пани Софья вскрикивает: О! Как здесь у вас красиво, очень красиво - и не принимающим возражений тоном: Здесь, здесь, пожалуйста, садитесь... - Но я такая не одетая, старая, страшная, зачем это? - раздавались несмелые протесты. - Ну почему же, вы отлично одеты, так хорошо выглядите! Пани Софья редко позволяла сменить фартук, надеть ботинки или что-то в этом роде. Такое решительное вторжение приводило к тому, что люди ее слушались и без дальнейших протестов делали то, что она им говорила».

Временами такой подход доставляет больше хлопот. Затруднение может быть вызвано, например, невозможностью общения, если фотограф не знает языка. Недостаток достаточно развитой «культуры фотографии», или редкая фотографическая практика, или отсутствие опыта фотографирования в данной группе может привести к непониманию намерений фотографа. Попытка фотографирования в области, считающейся в данном коллективе сак-

ральной, может вызвать сопротивление. Иногда существующие в обществе табу, касающиеся фотографирования людей (лица, глаз), могут привести к отказу от сотрудничества. Точно так же вторжение фотографа в область, которую люди считают частной или тем более интимной, может вызвать оборонительную агрессию. Поэтому один из классиков общественной фотографии начала XX в. Джекоб Риис (Jacob Riis), который пользовался своеобразной силовой стратегией, не спрашивая фотографируемых о разрешении, называл свой подход «flesh and gun» - щелкай и беги [101, с. 19].

Очередной критерий разделения типов наблюдения - это характер наблюдаемой ситуации или события. Чаще всего мы наблюдаем (фотографируем) в естественных условиях, но иногда можем ситуацию конструировать или режиссировать. Разновидностью этой второй ситуации является фотографическая регистрация хода социологических экспериментов, особенно в области микросоциологии. Естественные ситуации могут, как мы уже писали, в разной степени способствовать активности фотографа. Бывают легко доступные ситуации, общественные территории (парк, площадь, улица, футбольный матч, карнавал). Особенно легко маскироваться в туристических местах, где все что-то фотографируют, либо в случае любопытных событий, на которых много фотокорреспондентов, например во время уличных манифестаций или на концерте «звезды». Особенно легкий объект наблюдения - дети: они быстро забывают о наблюдателе либо игнорируют его. Более трудным является наблюдение в частных ситуациях, интимных, анонимных либо сакральных (в доме, в квартире, в церкви, в больнице). Но и здесь могут быть обстоятельства, при которых фотографирование считается нормальным и даже ожидаемым. Никто не удивляется и не протестует, когда мы фотографируем свадебную церемонию, причастие, крестины.

Гораздо реже социологическая фотография используется в искусственных, специально режиссированных условиях. Примером могут служить фотографические иллюстрации пластики тела, которые можно найти в многочисленных пособиях для менеджеров, переговорщиков или специалистов по связям с общественностью [113]. Театральная фотография предоставляет не использованное до сих пор разнообразие фотоматериалов для плодотворных социологических интерпретаций (мастерами этого жанра являются Войцех Плевиньский и Збигнев Лагоцкий). Только в шаге от определенно социологических интенций находятся фотографическая регистрация экспериментальных инсценировок, исследующих движения тела, использование тела, способы экспрессии, как, например, Театр-лаборатория Ежи Гротовского или «Крико-2» Таде-

уша Кантора (последние собраны в богатых архивах краковской Крикотеки).

Отдельная разновидность наблюдений в искусственных условиях с использованием фотографической техники - это регистрация хода лабораторных экспериментов. Фотографирование позволяет тщательно регистрировать фазы и весь ход эксперимента, схватывая и фиксируя нюансы, которые могли бы ускользнуть от внимания в процессе его проведения. Это дает возможность анализировать, а также контролировать экспериментальную ситуацию с помощью дополнительных экспертов, которые не присутствовали на самом эксперименте. Предвестники работ такого типа возникают уже в 1950-х годах, когда школа групповой динамики, проводящая экспериментальные исследования небольших общественных групп, часто использовала фотографическую регистрацию лабораторных ситуаций. Хорошим примером является анализ взаимодействия детей, проведенный Робертом Бейлсом (Robert Bales), исследование конформизма в группах Саломона Эша (Solomon Ash) или анализ конфликтов в группе Музафера Шерифа (Muzafer Sherif). Чтобы избежать «эффекта наблюдателя», съемки этого рода всегда выполнялись скрытой камерой с помощью специальных технических устройств, например зеркал с односторонней прозрачностью.

Четвертый критерий, обозначающий различие типов наблюдений, проводимых с использованием камеры, касается хода наблюдения (фотографирования). Наблюдение может быть спонтанным, открытым, неструктурированным либо, напротив, селективным, сфокусированным, направляемым важными исследуемыми вопросами. В первом случае социолог просто погружается в какую-то общественную ситуацию и готов регистрировать все то, что почитает социологически важным: «плывет по течению событий дня и включается в них внезапно, понимая, что что-то должно случиться, следует этой интуиции без какого-либо предварительного плана» [131, p. 153].

Бесконечное богатство тем предоставляет уличная жизнь в большом городе. Здесь социолог похож на туриста и сталкивается с тем же, что и турист, - искажением перспективы: видит то, что удивительно, необычно, экзотично, и проходит мимо обычных, совсем прозрачных аспектов общественной жизни. «Это является искажением любой этнографии: то, что мы регистрируем, это отличия от нашего собственного мира, а также неожиданные сходства» [62, p. 25]. А вот в сфере очевидной могут укрываться наиллюбопытнейшие социологические тайны. «Хорошо известное окружение - это такое, которое мы всегда видели, но никогда не смотрели, поскольку трактуем его как что-то естественное» [25, p. 34]. Плюсом уличной фотографии является мобилизация внимания, которую вызы-



вает намерение фотографировать, и возможность неожиданных открытий. Каждый, кто фотографирует, знает, что, идя «охотиться с камерой», мы смотрим по-другому, более избирательно, более фокусированно, чем на обычной прогулке. Часто это дает важный познавательный эффект.

Шагом в сторону более структурированной фотографии является выбор ситуации, в которой мы намереваемся фотографировать. Это может быть не просто город, а политическая демонстрация, уличный фестиваль, карнавал, автомобильное движение, блошинный рынок. Здесь социолог погружается в выбранный заранее общественный контекст, и его фотографическое наблюдение становится избирательным и тематическим. Реальное значение приобретает и его профессиональная подготовка, так как важные аспекты ситуации выбираются в соответствии с концептуальными установками и теоретическими гипотезами социологии. Когда мы подходим к ситуации с готовыми предпосылками, возможен риск включения наблюдений в заранее принятую схему. Как и каждый исследователь, социолог-фотограф должен руководствоваться директивой Карла Поппера: искать не только подтверждающие иллюстрации, но прежде всего обстоятельства, которые могли бы опровергнуть принятые ранее гипотезы.

Еще большая степень структуризации появляется, когда социолог-фотограф четко формулирует задачу исследований как помощь в поиске эмпирических данных, устанавливающих операцио-нализацию проблемы. Например, он может задуматься над такими проблемами: влияние глобализации на жизнь горожан и городской пейзаж, пожилые люди и их повседневная жизнь, демонстративное потребление среди нуворишей, хулиганство на стадионах, представление еврейской культуры, бездомность и безработица, нищета в большом городе, рождественский ритуал, праздник Рождества Христова в семейном аспекте, аспекте религии и потребления. Это только несколько примеров проблемно-ориентированных проектов, которые мы реализовали со студентами Ягеллонского университета.

Полная структуризация фотографического проекта исходя не из общих проблем, а из конкретных исследовательских вопросов обозначает заблаговременную подготовку сценария съемки: вопросы, которые необходимо решить при фотографировании. Например: Выступают ли отчетливо границы районов нищеты? Увеличилась ли интенсивность уличного движения в прошлом году? Как люди демонстрируют поддержку на избирательном митинге? В какой степени среди футбольных болельщиков преобладают мужчины? Каковы наиболее типичные внешние признаки контестации среди молодежи? Эти и другие вопросы могут быть подроб-

но освещены с помощью целенаправленно выполненных снимков или серий снимков. В классическом фотографическом проекте, касающемся условий жизни фермеров во время Великой депрессии 1930-х годов в США, автором сценария был один из известнейших в те времена американских социологов Роберт Линд (Robert Lynd). Например, его сценарий содержал такие вопросы: Где встречаются местные жители? Встречаются ли женщины в тех же местах, что и мужчины? В какой степени различается внешний вид жителей на работе и вне работы? Как одеваются представители различных профессий, встречающихся в обществе? [134, р. 59].

Насколько спонтанные, неструктурированные наблюдения имеют прежде всего эвристический смысл, выдвигающий идеи или гипотезы, выявляющий неожиданные стороны осваиваемого мира, настолько обоснование социологических гипотез или иллюстрации социологических понятий могут предоставить только наблюдения, проводимые целенаправленно, в соответствии с определенными предпосылками. Как уже писал Чарльз Дарвин: «Наблюдение должно быть за или против каких-либо взглядов, чтобы иметь смысл». Иначе говоря, социолог-фотограф должен стараться активно «смотреть» через объектив, а не только пассивно «видеть». На практике необходимо комплиментарно использовать обе стратегии: «Целенаправленная связь открытых и структурированных процедур в процессе анализа дает возможность, с одной стороны, для новых открытий с полным использованием наших способностей к восприятию, а с другой - для определения и контроля наблюдений посредством ригористичной трактовки их как визуальных ответов на конкретные вопросы» [35].

### 4.3. Анализ содержания

Другой метод, дополнением и обогащением которого может быть фотография, это анализ содержания [118, р. 54-68]. Обычно мы имеем в виду количественный, статистически обработанный анализ написанного текста (газетного, литературного), а наличие или отсутствие определенных слов, оборотов, тем, сюжетов, аргументов и т.д. И не обращаясь к теории постструктурализма, можно понять, что фотография представляет собой квазитекст, который можно подвергать подобным процедурам. Анализ содержания особенно хорошо поддаются серии снимков тех объектов или ситуаций, которые позволяют точно уловить разницу, определить тенденции, и даже динамические. Анализ содержания фотографии основыва-

ется на выделении визуальных элементов, существенных с точки зрения поставленной проблемы или вопроса исследований, частоты их появления в тщательно отобранной коллекции снимков, а затем выполнении анализа количественных результатов. Предметом этого метода являются внешние, зрительно заметные, явные элементы снимка. Следовательно, этот метод является чем-то иным, чем герменевтическая, семиотическая или структуралистическая интерпретация изображения, стремящаяся к открытию и выявлению глубокого и невидимого простым глазом смысла [6, р. 21]. (Это будет темой следующей главы.)

При количественном анализе содержания первым этапом является, естественно, четкая дефиниция исследовательской задачи. Например, Лутц и Коллинз (Lutz, Collins) [91] задали следующий вопрос: каким образом визуально показаны представители чужих культур, не таких, как западная культура, и какие стереотипы и предрассудки находят выражение в таких представлениях? Второй этап - выбор такого объекта, который, как можно ожидать, предоставит богатый фотографический материал для анализа определенной проблемы. В этом случае речь идет о снимках членов экзотического сообщества и таких, которые у широкого круга пользователей могут формировать распространенные точки зрения. Для анализа были выбраны снимки из высокобюджетного и престижного ежемесячника «National Geographic», который, по определенным оценкам, имеет до 37 млн читателей во всем мире. Естественно, анализ всех снимков за все годы практически невозможен. Необходим третий этап - выбор снимков. Лутц и Коллинз решили выбирать случайным образом по одному снимку из 594 статей на тему экзотических культур в журналах «National Geographic» с 1950 по 1986 г.

Затем следует трудный четвертый этап - установление протокола кодирования фотографического материала. Это требовало выделения наиважнейших с точки зрения проблемы элементов образа (переменных), которым затем присваивают отдельные категории. Эти категории должны быть: (а) исчерпывающими, т.е. охватывать все элементы картины, признанные важными; (б) разъединительными, т.е. давать возможность однозначно идентифицировать каждый элемент, без четких границ между ними. В описанных исследованиях Лутц и Коллинз выбрали 22 категории (переменных), среди которых были, например, такие: пол фотографируемых, их возраст, цвет кожи, нагота в случае мужчин и женщин, стиль одежды (западный или экзотичный), окружение (городское или сельское), технология (предметы и инструменты ручной работы или современные устройства), ритуальные или обрядовые ситуации (присутствие магии и религии), взаимодействие с людьми Запада [91, р. 285].

Пятый этап - кодирование снимков - самый трудоемкий, он основывается на присвоении установленных категорий каждому снимку. Практическим указанием является совместное кодирование группой исследователей, что позволяет избежать субъективизма и контролировать точное присвоение каждой категории.

Шестой этап — количественный анализ, т.е. определение частоты появления каждой категории в фотоматериалах. Простейшим является бинарный анализ: есть ли в картине данный элемент или нет. Более сложная процедура - подсчет частоты появления данного элемента в границах картины. Другие формы анализа имеют дихотомический характер: устанавливаем появление определенной черты или ее противоположности. Можно также измерить пространство, занимаемое анализируемой единицей (например, отдельным человеком, коллективом, материальным контекстом, техническим оборудованием и т.п.). Можно, наконец, измерять степень интенсивности, выразительности, вычленения единицы анализа из фона (фокусирования на данном объекте). Последующие категории требуют подсчета элементов по определенной шкале, например разных границ возраста: грудные дети, дети, молодежь, взрослые, пожилые.

Наконец, седьмой этап - формулирование выводов: генерализации эмпирических и амбициозных теоретических обобщений, вытекающих из проанализированного материала. Здесь могут быть использованы различные статистические методы, среди которых установление корреляции между разными категориями, факторный анализ и др. Сравнение появления разных категорий во времени позволяет увидеть изменчивость и определить тенденции. В описанных исследованиях авторы обнаружили отчетливый стереотип незападных людей как близких к природе, избегающих сложных технологий, больше обнажающих тело, живущих в мире, переполненном магией и ритуалом, легко возбудимых сексуально, эмоциональных.

Примером анализа содержания, который приводит к установлению временных тенденций, являются исследования по изменчивости моды. Ричардсон и Кребер (Richardson и Kroeber) в 1940 г. проводили анализ снимков женских нарядов с XIX в. до середины XX в., кодируя их в соответствии со следующими категориями: длина платья, ширина юбки в бедрах и в талии. В результате был открыт примерно 50-летний цикл, в котором длина платья достигала максимума и минимума, а также постоянная тенденция уменьшения ширины юбок. Подобные, еще более забавные исследования проводил в 1976 г. Робинсон, который, анализируя снимки мужчин на страницах «Illustrated London News» в 1842-1972 гг., искал тенденции в растительности на лице. Среди кодовых категорий были

и такие: бакенбарды, бакенбарды и усы, борода, усы, бритое лицо. Результатом исследования было открытие отчетливых изменений в постоянных временных циклах [6, р. 21-25]. Независимо от достаточно мелкой тематики исследований, подтверждение того, что в повседневной культуре проявляются долгосрочные скрытые закономерности, имеет познавательное значение.

Предметом количественного анализа могут быть пространственные системы. Фотоматериалы в значительной степени использует проксемика Э. Холла (Edward Hall) [67], ведущая поиск закономерностей использования пространства при взаимодействии людей, например, типовых расстояний между людьми при разговоре. Точные оценки так называемых дистанций интимных, индивидуальных, общественных или публичных, Холл получал из анализа фотографий. Такой же источник имеют его скорее качественные наблюдения проксемических различий между англичанами, французами, японцами и арабами. Любопытный метод «фотограмметрического измерения дистанций взаимодействия» описывает Шон Шерер (Shawn Scherer) [122]. Камера с 300-миллиметровым телеобъективом была установлена в укрытии около школьной спортплощадки. Во время перемен фотографировались разговаривающие пары учеников. Отобраны только такие снимки, на которых были видны фигуры целиком, особенно лица и ноги, а также разговаривающие, стоящие в профиль к камере. Снимки подвергались сложной графической и математической обработке с измерением дистанции между разговаривающими в зависимости от принимаемой позы и с коррекцией расстояния каждой пары от фотографа.

Более сложные пространственные формы коллективов людей были исследованы в традициях общественной геометрии (Georg Simmel [127]), а в современной социологии - теории интеракции (Erving Goffman [59,60]). Визуально наблюдаемы и, следовательно, фотографически регистрируемы с последующей интерпретацией такие явления, как очередь, строй, шеренга, круг, сборище, концентрированная и неконцентрированная группы и много других. (К этому вопросу мы вернемся в гл. 6.)

Пространственными макросистемами занимается общественная топография. Она исследует характерные формы людских поселений, городов, деревень, дорог, возделываемых полей, чаще всего используя аэрофотоснимки. Для их анализа и интерпретации разработаны количественные методы (Ciolkosz, Miszalski, Oledzki [32]). Аэрофотография или иногда ее заменяющая панорамная фотография с возвышенностей позволяет, например, зафиксировать такие важные экологические и макропространственные черты, как: «(а) Размещение обрабатываемых полей относительно географиче-

ческой системы - насколько далеко удалены в пустыне, как близко подходят к морю, как высоко размещаются в горах; (Б) система и размер обрабатываемых полей - большие поля, маленькие поля; (с) разделение территории, межи, заборы, ограждения; (d) ирригационные системы от источников воды до обводнительных каналов; (f) плодородность земли - хорошая земля, плохая; (g) скалистая почва в сравнении с осадочной в дельтах рек; (h) водная эрозия почвы - области, на которых почва была смыта, и области с наносной почвой; (i) ветровая эрозия почвы; (j) расположение камней и скал на полях (...); (к) применяемые сельскохозяйственные технологии; (l) размеры неиспользуемой и заброшенной земли; (т) размеры лесов, вырубка и культивация деревьев, области выжигания и вырубки лесов» [35, p. 32].

Большие возможности дает и аэрофотосъемка пространственных систем поселений и городов, а также инфраструктуры: сети дорог, мостов, железных дорог. Аэрофотосъемка может визуально показать культурные, экономические или цивилизационные различия. Промышленный и урбанистический пейзажи абсолютно другие, чем сельскохозяйственный. Характер обрабатываемых полей может указывать на существенные черты экономики, например шахматное расположение хозяйств в Польше визуально отличается от безграничных, больших ферм в штатах центральной части США. Своеобразный для данной страны и важный для ее хозяйства характер возделывания земли можно наблюдать визуально. Каждый, кто приземляется весной в аэропорту Амстердама, заметит огромные разноцветные полосы тюльпанов. Пейзаж может быть своеобразной записью исторических событий, реликты которых сохранились до сих пор: с высоты видны разрушения военного времени, территории, подвергшиеся бомбардировке, поля прошлых битв, заброшенные поселения, выработанные шахты, ликвидированные фабрики, выжженные леса, деградировавшая окружающая среда.

«Визуальная история» использует аэрофотосъемку для воссоздания прошлого [124, 74], «визуальная археология» - для локализации подающих надежды выработок, например, по характеру растительного покрова, форме пустошей, виду почвы - указателей прошлых поселений или хозяйств [27, 84]. Иногда с высоты полета птицы хорошо видны общественные и цивилизационные перемены. Каждого, кто прилетает в Польшу, должен поразить, особенно в пригородах больших городов, вид многочисленных новых домов, покрытых яркой красной кровлей. Это импортный строительный материал, недоступный в коммунистические времена. Размах частного строительства - один из знаков перемен после 1989 г.

Другим предметом количественного анализа может быть пластика тела, поза, жест, мимика. Фотоснимки (а также фильмы) были использованы в кинетике, развитой Рэем Бирвистелом (Ray Birwhistel) [23]. Количественный анализ движения (хореографии) - это предмет исследования А. Ломакса (Lomax) [89], стремящегося открыть «культурные ритмы» в разных областях общественной жизни.

Во всех перечисленных примерах анализ содержания проводился на фотографических материалах, размещенных главным образом в журналах. Однако существуют оригинальные проекты будущего количественного анализа и целенаправленно сделанными фотографиями. Один из них - проект Ervin Zube [155] - мы упоминали ранее. Напомним, что он касался реакции горожан на ветер в зависимости от пространственного расположения улиц. Результатом стали графические схемы вероятных потоков пешеходов в разных местах Бостона в зависимости от силы ветра [155, p. 78].

Представленные примеры показывают, что количественный анализ содержания фотографий имеет все еще довольно ограниченный характер и используется для нетипичных, можно сказать экзотических, проблем.

Новые перспективы для этого метода открывает техника сканирования и компьютерной обработки изображений, которая может значительно упростить подсчет выделенных категорий или статистических выкладок, предоставить возможности более точного кодирования элементов фотоснимка, введения более мелких различий, однако подбор категорий, полезных в свете поставленной проблемы, всегда будет творческим, требующим воображения, вдохновения и новаторства исследователя.

#### 4.4. Метод личных документов

Очередной социологический подход, дополнением и обогащением которого может быть фотография, - метод личных документов. Первоначально он, как и анализ содержания, был использован применительно к текстам: письмам, записным книжкам, официальным реестрам и тому подобным свидетельствам, в которых авторы описывали переживания, испытания или условия их повседневной жизни. Создатели метода Вильям Томас и Флориан Знанецкий считали его логическим выражением принятой ими методологической и теоретической позиции, которую принято называть гуманистической социологией [139]. Ее философским фундаментом была сформулированная Знанецким концепция гуманистическо-

го коэффициента: любые данные, с которыми имеет дело социолог, не являются анонимными, ничьими, а всегда данными чьими-то, продуктом деятельности людей, записью какого-то важного, особенного опыта, пережитого в определенном месте и в определенный момент времени. «Исследователь должен констатировать, что каждая культурная система - это опыт и деятельность сознательных и активных субъектов, личностей и коллективов, живущих в какой-то части человеческого мира в определенном историческом периоде» [153, р. 137]. В связи с этим подход к ним невозможен с внешних позиций, оторванных, «объективных», а только через выявление позиций тех, кто является участником переживаний или опыта данного сообщества. Таким достоинством обладают, по Томасу и Знанецкому, личные документы.

Со времен Томаса и Знанецкого объем личных документов увеличился. Сегодня теоретики межчеловеческой коммуникации используют термин «домашняя манера общения» и причисляют к нему, во-первых, «вербальные формы, такие как письма, поздравительные открытки, почтовые открытки и в последнее время e-mail. Во-вторых, это устные передачи: телефонные разговоры, звукозаписи, присланные по почте, сообщения, оставленные на автоответчике». Домашнюю манеру отличает то, что «сообщения передаются для личного пользования между членами семьи, друзьями или лицами, которые, как минимум, имеют определенные сведения о партнерах, без намерения публикации или распространения этих сообщений» [29, р. 215-216].

Сама собой возникает мысль, что категорию личных документов можно расширить за счет фотографий, и в особенности фотографий личных, частных, семейных, выполненных любителями. «Фотографии необходимо трактовать так же, как и рукописи или печатные документы, то есть их нужно считать текстами, значение которых должно быть открыто так же, как и в других текстах» [43, р. 39]. Ранее мы уже писали о том, что во второй половине XX в. фотография сопровождала людей в их повседневной жизни. В результате возникло огромное количество снимков, фиксирующих то, что, согласно субъективным и признанным культурой определениям ситуации, фотографирующий считал важным, любопытным, заслуживающим регистрации. Несмотря на то, что пока «систематические исследования любительских и домашних фотографических коллекций очень запущены, они могут служить важным источником знаний о том, что обычные люди говорят сами о себе и условиях своего существования» [29, р. 215]. Такие фотографии чаще всего связаны с семейным контекстом: «...любительская фотографическая практика существует и поддерживается главным



образом ее семейной функцией, а точнее функцией, приданной ей семейными группами и основывающейся на увековечивании знаменательных моментов семейной жизни» [25, р. 19]. Таким образом, фотографии помогают узнать интимные стороны семейной жизни, часто скрытые от глаз наблюдателя. Следовательно, они становятся важным социологическим материалом.

При анализе семейных фотографий особенно важно понять более широкий контекст спонтанного фотографирования и функции, которые она выполняет в семейной жизни. «Практика фотографирования есть то, чем она является, только благодаря своим функциям» [25, р. 31]. Кристофер Музель (Christopher Musello) [99] выделяет четыре такие функции. Первая - это укрепление общины. В центре снимков обычно находятся родственные и свойственные связи, что видно как из подбора фотографируемых - членов ближней и дальней родни, так и повода для фотографирования - крестины, свадьбы, годовщины супружества, а также религиозные праздники семейного характера: Рождество, Пасха [36, р. 78]. Сохранение и семейный просмотр этих снимков является способом упрочнения памяти и объективизацией существования сплоченной группы, «укрепляет интеграцию семейной группы, подтверждая ее впечатление о себе самой и своем единстве» [25, р. 19]. На те же самые функции обращает внимание Сьюзен Зонтаг: «Посредством фотографии семья создает портретную хронику себя самой через комплект снимков, свидетельствующих о ее сплоченности» [130, р. 8].

Вторая функция - это инициирование и поддержание интеракции между членами семьи. Как фотографирование, так и просмотр снимков - это возможность для контактов, разговоров, воспоминаний. Фотографии семьи часто становятся темой диалогов с новыми знакомыми, дружеской самопрезентацией.

Третья функция - это гофмановская презентация самого себя (presentation of self). Происходит она двумя путями: посредством идеализированных портретов (например, по случаю свадьбы, окончания школы, идилические коллективные снимки (например, по случаю совместных каникул)) или посредством снимков, сделанных из укрытия и неожиданно, юмористических и даже несколько компрометирующих ситуаций (подобно тем, которые запечатлены на видеолентах, показываемых в популярных телевизионных программах типа «нечто из жизни»).

Четвертая функция, наиболее близкая истинным, явным интенциям семейной фотографии, - это документирование семейной жизни. Это отчетливо видно, например, при фотографировании детей начиная с грудного возраста и до зрелости и сохранении снимков в альбомах в хронологическом порядке. Документируют-

ся переломные моменты в жизни семьи или, как говорят социологи, ритуалы перехода: крестины, свадьбы, похороны. Многие семьи таким же образом документируют историю строительства нового дома или обустройство нового жилища. Документальные интенции присущи и необычайно популярным фотографиям, сделанным на каникулах, в путешествиях, при посещении экзотических мест и т.п. [99, р. 106-113]. Фотография останавливает время, становится «магическим заменителем того, что время уничтожает» [36, р. 73].

Пьер Бурдьё [25, р. 14-15] дополняет этот каталог еще двумя функциями. Пятая - это престижная функция, когда фотограф регистрирует некие достижения (например, достижение вершины в Гималаях, вручение докторского диплома в Гарварде) или демонстрирует богатство (например, снимки резиденции или дорогого автомобиля). Сам факт фотосъемки с подражанием профессионалам или художникам, да еще дорогой аппаратурой, может приносить удовлетворение. Шестая функция - это развлечение, отход от повседневности, похожий на игру или забаву.

Фотографии, выполненные в домашней манере, имеют свои типичные темы (и, наоборот, темы табу, которые не встречаются в коллекциях снимков). Выбор тем не произволен, а обусловлен историей и культурой, здесь можно даже различить моду времени. Бурдьё [25, р. 20-22] приводит любопытные факты: фотографии свадеб появились только между 1905 и 1914 гг. и быстро распространились, фотографии первого причастия начали делать только около 1930 г., что, возможно, связано с тем, насколько чаще раньше фотографировали взрослых, настолько в настоящее время темой семейных фотографий являются дети. Не случайно семейные фотографии делают в определенных особенных ситуациях. Одна из них - праздник: «Праздники - это доминанта фотографической активности, отчасти потому, что праздники являются центральными моментами семейной жизни (особенно Рождество), когда воссоздаются связи с дальними родственниками и интенсифицируются связи с близкими посредством обмена визитами и подарками» [25, р. 25]. Другие типовые случаи - это каникулы или туристические поездки, т.е. необычные ситуации, отличающиеся от повседневной рутины, впечатления, которые хотят закрепить.

К еще одним важным аспектам фотографии в домашней манере относятся: (а) типовой фон и стилистическая манера, (б) роль фотографирующего (кто из семьи инициирует и делает снимки - отец, мать, дети, родственники?), (с) селекция снимков и их упорядочение (кто выбирает снимки и делает семейные альбомы и как такие коллекции систематизированы: хронологически, тематически?), (d) где выставлены снимки (в кабинете, в бюро, в салоне, в спальне?).

Итак, как в случае всяких личных документов, так и при анализе семейных снимков, недостаточно вникнуть в их содержание, нужно принять во внимание их генезис, обстоятельства и контекст их появления, а также функции, которые они выполняют в семейной жизни. Только такая углубленная контекстовая и ситуационная интерпретация может нам дать важные социологические знания.

Отдельная разновидность личных документов - это снимки туристов на память о путешествиях. Они могут быть выполнены самостоятельно или произведены коммерчески в виде открыток. Их сохраняют в семейных коллекциях либо высылают другим. Во втором случае их сопровождают комментарии, которые представляют собой интегральную составляющую послания.

Туристические снимки выполняют несколько функций. Во-первых, когда на снимках находимся мы сами (на фоне пирамид, Эйфелевой башни, Колизея и т.п.), они представляют собой визуальное доказательство того, что мы там были, что посетили известные места. Показывая их другим, мы имеем повод для гордости. Для нас самих они являются своеобразным дневником, напоминая прошедшие впечатления («помнишь, как пекло тогда солнце?»). Во-вторых, снимки этого типа реализуют типичную потребность присвоения, с которой так убедительно писал Эрих Фромм [52], противопоставляя синдром «иметь» синдрому «быть». Нам недостаточно испытать какие-либо переживания, мы хотим их закрепить материально, забрать домой, спрятать среди других предметов, которые собираем. В-третьих, открытки служат закреплению реалистического образа мест, временами даже более красочного, чем реальный мир, благодаря техническим манипуляциям. Они идут навстречу потребности аутентичности, точно представляя то, что экзотично.

В конце концов, открытки являются символическими памятками необычного мира, отличного от нашей повседневной рутины на работе или дома, и из необычного времени - каникул, путешествий, посещений интересных мест. Они представляют собой своеобразную реликвию, привезенную из другой реальности, сакральной в смысле Эмиля Дюркгейма [41, р. 62]. Анализ туристических снимков и открыток может много нам сказать о культурных стереотипах, как исповедуемых фотографирующими туристами, так и приписываемых им коммерческими производителями открыток.

Для всех описанных методов активной стороной является исследователь, а исследуемые представляют собой только пассивные предметы исследований. Они - объекты наблюдений, эксперимента, изображения, подвергающиеся анализу содержания, интерпретируемые личные документы. В двух первых случаях, несмотря на пространственное соседство с исследуемыми, исследователь

сохраняет дистанцию по отношению к ним и, как правило, не входит с ними в интеракцию, связанную с темой исследования. Даже тогда, когда в процессе наблюдения исследователь устанавливает контакт с наблюдаемым, он делает это в лучшем случае для того, чтобы получить согласие на съемку. Исключением является «партнерская» фотография, когда информатор сам предлагает фотографу объекты для съемок (например, то, что он считает существенным в оборудовании его жилища или места работы), подсказывает сценографию, соответственно одевается и позирует [108, р. 9]. Мы сейчас отказываемся от использования таких фотографий, которые, по сути, являются результатом кооперации исследуемых, их партнерского активного участия в исследовании.

#### 4.5. Интервью с интерпретацией фотографий

Первым из методов такого типа является интервью с интерпретацией фотографий [80], называемое фотографическим интервью [35, р. 100], провоцирующим интервью или методом фотографической стимуляции (photo-elicitation) [71, р. 38]. Метод заключается в том, что исследуемым показывают снимки и вызывают их спонтанную интерпретацию. Здесь снимок выполняет роль, аналогичную вербальному вопросу в обычном интервью. Отдельные снимки или серия снимков могут служить средством инициирования интервью и концентрации его тематики на представленных объектах. Как метафорически сказала Сара Пинк [108, р. 74], тогда люди «говорят фотографиями».

Для этой цели могут служить фотографии разного рода. Во-первых, снимки, целенаправленно выбранные исследователем из разных источников, например из прессы, под углом поставленной исследовательской задачи. Во-вторых, снимки, сделанные исследователем целенаправленно перед проведением интервью, тематически связанные с исследуемой проблемой или указывающие на окружение и условия жизни исследуемых. В-третьих, любительские снимки из домашних коллекций исследуемых, которые они показывают исследователю в ходе интервью. В-четвертых, «культовые» снимки, знаменитые и широкоизвестные иконы своего времени, о которых можно говорить, даже не рассматривая их в ходе интервью. Сара Пинк [108, р. 75] определяет их как «отсутствующие фотографии». Вспомним ранее приведенные примеры: одинокий студент перед колонной танков на площади Тяньаньмынь; падающий от пули солдат в отрогах Сьерра-Морено на снимке

Роберта Капы; обнаженные вьетнамские дети, гонимые по дороге солдатами американской морской пехоты; портрет Че Гевары в берете; тело работника, несомое на доске во время декабрьских 1970 г. событий в Гданьске; танки на улице перед кинотеатром «Москва» в Варшаве во время военного положения; советский солдат, водружающий флаг на пылающем рейхстаге в Берлине.

Роль исследователя может быть более пассивной или более активной. В первом случае исследователь задает только вводные вопросы, например: Что это за ситуация? Является ли эта ситуация типичной? Что могут ощущать представленные на снимке люди? Что их связывает, а что разделяет? Известна ли эта ситуация исследуемому из собственного опыта? [81, с. 169], а затем он регистрирует только спонтанные рефлексии исследуемого, например, с помощью магнитофона. В другом случае исследователь в процессе рассмотрения снимков ведет разговор с исследуемым, формулируя поддерживающие и расширяющие вопросы по поводу сюжетов, которые появляются в рассказе исследуемого. Можно также пользоваться заранее подготовленными вопросами, относящимися к более конкретным фрагментам ситуации, отображенной на снимке.

Снимки, представляемые исследуемым, могут быть различного характера: общего или конкретного. В первом случае показывают некую ситуацию, типичную для повседневной жизни, богатую различными элементами и подробностями, например снимок городской улицы, заполненной людьми. Исследователя интересует, что исследуемый выберет из этого хаоса в первую очередь, что посчитает наиболее важным. Во втором случае снимки представляют некую более четкую и конкретную ситуацию, например, уличную демонстрацию. Здесь исследователь намерен получить мнение исследуемого о контестации, протесте, политическом конфликте и его участии. Разновидностью этой стратегии может быть показ ситуаций, нетипичных для повседневного опыта, например снимков гомосексуалистов, наркоманов, проституток, трансвеститов, и попытка определить степень толерантности исследуемых. Еще один вариант основан на выборе особенно шокирующих снимков насилия, терроризма, преступления, чтобы выявить эмоциональные позиции исследуемых. Важным отличием является разделение снимков на снимки среды и окружения, близких исследуемым и отдаленных, экзотичных. Реакция исследуемых в первом и втором случаях даст нам разную информацию. В первом получим более глубокие знания об их самоидентификации или неприязни, дистанцировании или враждебности к повседневной жизни. В другом узнаем об их отношении к ксенофобии, отвращении к чужим или, напротив, о стремлении к удаленным группам или мечтах о других условиях существования.

Любопытная форма фотографического интервью — это показ исследуемым специально сделанных снимков их самих на производстве, дома, в поселке. Временами это требует длительной подготовительной работы. Дуг Харпер сообщает [70, р. 28], что прежде чем приступить к фотографическому интервью с работником автомобильной мастерской по имени Вилли, он три года (!) наблюдал за работой в мастерской и познакомился со своим собеседником, что сопровождалось случайным фотографированием. «Сначала казалось, что мое фотографирование мешает работе, но к тому моменту, когда я начал интервью, Вилли уже понял и принял цель фотографирования».

Возвращение в интервью к серии снимков, представляющих общественную среду исследуемого, круг его знакомых, соседей и т.п., может вызвать интересные ассоциации, помочь памяти респондента и даст возможность получить факты, которые иначе остались бы скрытыми или даже неосознанными. Вопросы типа: Что ты там делаешь? С кем ты разговариваешь? Что это за машина, около которой ты стоишь? Кто на фотографии на комод? Кто твой сосед за оградой? и т.п. - придают интервью еще большую интимность и побуждают исследуемого не только рассматривать фотографии вместе с исследователем, но и разглядывать самого себя как в зеркале. Здесь информаторы легко оказываются в роли местного эксперта, авторитета или проводника, который сопровождает исследователя по их миру. Это позволяет получить подробную информацию по крайней мере на четыре темы: (а) идентификация особ на снимке: фамилия, статус, роль в обществе, черты личности; (б) идентификация мест, которые составляют фон снимка: кто владеет домами, полями, лугами, где проходит граница между этническими сообществами; (с) идентификация используемых технологий или церемониальных и ритуальных форм; (d) информация о прошлых событиях в окружении, запечатленном на снимке, и комментарии на тему контрастов: как было когда-то и как теперь [34, р. 222].

Фотографическое интервью может быть самостоятельным или вспомогательным. Когда мы трактуем его как подходящий метод, схема действий охватывает пять главных фаз: (а) определение проблемы исследований; (б) подбор снимков, которые предположительно вызовут ассоциации, связанные с проблемой исследований; (с) формулирование вступительных вспомогательных либо поддерживающих вопросов, а в крайнем случае сценария интервью; (d) проведение интервью с предъявлением фотографий и его регистрация; (е) интерпретация и формулирование заключений относительно поставленной проблемы. Когда фотографическое интервью используется только как вспомогательный метод, оно может быть полезно при разработке нормального вопросника или источника эвристических инспираций и контроля: не пропущено

ли каких-либо вопросов, существенных для самих исследуемых, но не замеченных исследователем. Иногда этот метод может служить дополнительным инструментом верификации ответов, полученных в исследованиях с помощью вопросников или их более углубленной интерпретации.

Метод фотографического интервью имеет свои достоинства - легкость вызывания реакции исследуемых. Совместный просмотр и комментирование снимков для исследуемых более естественны, чем ответы на исключительно вербальные вопросы. В случае фотографического интервью устанавливаются партнерские, близкие и эгалитарные отношения исследователя и исследуемого в отличие от гораздо более иерархичных и дистанцированных в случае обычного интервью с помощью вопросника. Практики этого метода свой опыт описывают так: «С психологической точки зрения фотографии на столе были как бы "третьей стороной" в ходе интервью. Мы задавали вопросы, а исследуемые становились нашими ассистентами в поиске ответов на вопросы относительно фотографий. Мы проводили исследования вместе» [35, р. 105]. Фотографическое интервью ассоциируется с просмотром любительских снимков в семейном кругу, вербальное интервью - с экзаменом или допросом в учреждении или в полиции. Поэтому фотографическое интервью позволяет достичь большей спонтанности и аутентичности ответов и уменьшить хорошо известный методологам эффект анкетера. «То, что кто-то делал заметки, полностью игнорировалось исследуемыми, быть может, по причине тех самых трехсторонних реляций, в которых все вопросы относились к фотографии, а не к информатору» [35, р. 106].

Этот метод делит теоретические достоинства с гаммой методов, используемых в психологии, например тестом чернильных пятен Роршаха или тестом тематической аперцепции (*test apercpcji tematycznej*) Мюррея. В них исследуемым также предъявляли более или менее структурированные и тематически сфокусированные графические образы с целью получения свободных ассоциаций [35, р. 125]. В методах такого типа вопросы затрагивают такие сферы сознания, которые не проявляются в вербальных ответах (даже при предположении, что исследуемый их не скроет и не солжет анкетеру). К ним относятся состояние подсознания, комплексы, предрассудки, стереотипы, познавательные схемы, эмоциональный настрой. Понятно, как важны для социолога знания такого рода, поскольку все эти скрытые, глубинные психические сущности находят выражение в человеческой деятельности, и, следовательно, в общественной жизни.

Если мы хотим выйти за пределы описательных диагностических знаний и искать закономерности, фотографическое интервью должно быть повторено либо в том же коллективе в разные момен-

ты времени, что позволит зафиксировать динамические тенденции, либо в одно и то же время, но в разных коллективах (культурах), что позволит сделать структурные обобщения.

Более сложной версией фотографического интервью является использование фотографий в групповом интервью, в фокусных группах (focus groups). Этим фокусом дискуссии становятся собственные снимки, их смысл, отраженные ими проблемы. Исследователь представляет группе снимок или серию снимков и управляет их обсуждением, регистрируя его ход. Здесь процедура может быть более открытой, когда тема формулируется в общих чертах в расчете на спонтанные широкие ассоциации дискуссионтов, или более структурированной, когда исследователь располагает заранее подготовленным и навязываемым группе сценарием для комментирования. Ключом успеха этого метода является тщательный подбор дискуссионтов. Исследователь может стараться сделать группу гомогенной, выбранной из одной среды - профессиональной, этнической, одной возрастной категории и т.п. В этом случае дискуссия позволит уточнить общие мнения и позиции. В другом случае может идти речь об установлении различий взглядов, их противоречивости. Тогда необходимо стремиться сделать группу гетерогенной, охватывающей представителей разных сред или общественных категорий. Естественно, все зависит от поставленной исследовательской проблемы.

Чтобы вообще избежать присутствия исследователя и его возможного влияния на ответы исследуемых, можно использовать еще один вариант метода. Исследуемым раздаются отобранные снимки с просьбой сделать к ним подпись или письменный комментарий. Джим Голдберг [64] фотографировал бездомных в Сан-Франциско, затем, скомпоновав индивидуальные и групповые портреты на широком фоне местных условий жизни, вручил исследуемым с просьбой надписать их. Он получил очень интересные тексты, иногда, как он утверждает, «откровенно философские, каких никогда не удалось бы получить в обычном интервью. Делая надписи на полях фотографий, исследуемые разговаривали не столько с фотографом, сколько со своим собственным портретом, вели диалог с самим собой» [35, р. 118]. Для сравнения Гольдберг проводил эти же процедуры в среде состоятельного среднего класса. Отчетливо проявилась разница систем ценностей с доминированием материальных интересов и стремлений среди богатых людей и более романтическими или «постматериалистическими» (может, лучше сказать «прематериалистическими») проявлениями среди бездомных бедняг.

Чтобы исключить деформирующее влияние исследователя на реакции исследуемых, например, подбирая фотографии или наводящие комментарии, используется весьма любопытная процедура автофотографии [43, р. 36-39]. Исследуемым раздаются простые



автоматические фотоаппараты с просьбой сделать снимки того, что они сами считают интересным, достойным внимания в их среде: повседневной жизни, работы, развлечений. Мы уже вспоминали о первой пробе этого типа, которую предприняли Дж. Адейр и С. Ворт (Sol Worth и John Adair) [151], исследуя индейцев племени навахо. Позднее Э. Кевин [28] первой реализовала фотографический проект среди детей, привлекая их к самостоятельному фотографированию. Недавно подобный блестящий проект был реализован в Польше. Петр Яновский, фотограф газеты «Wyborczej», раздал простейшие автоматические фотоаппараты детям (в возрасте 10-17 лет) из двух бедных, запущенных в хозяйственном и социальном отношении деревень Кшивей и Ясёнки в Низких Бескидах и попросил их фотографировать все, что им интересно, что важно в их жизни и окружении. Дети использовали их в течение недели. Получилось более 3 тыс. снимков. Там были снимки родителей, друзей, интерьеров, деревенских пейзажей, средств транспорта, хозяйственных работ, игр и т.п. В результате получился достоверный социологический портрет коллектива. Поражает не только очень любопытная тематика этих снимков, но и свежесть, оригинальность кадров, эстетики, формы. Избранные снимки попали на выставку, экспонированную в разных городах, и в фотографический альбом [137]. Эти снимки говорят нам больше, чем многие социологические опросы, о «другой Польше», об обществе, которое проиграло в процессе трансформации.

#### 4.6. Функции фотографии в социологических исследованиях

Представленное в этой главе применение сделанных социологом фотографий или имеющихся фотографических материалов как дополнение к стандартным исследовательским методам социологии позволяет обобщить функции, которые выполняет фотография в социологии. Кратко их определил Эдвард Холл: дело в том, «как записать информацию на фото пленке и как извлечь информацию с фото пленки» [66, р. xiii]. Попробуем, однако, сформулировать эти функции более подробно. Что выиграет социолог, используя фотоаппарат или включая фотографические снимки в свою базу источников?

Первая функция - это стимулирование внимания и воображения. «Ежедневно мы ходим с шорами на глазах, наблюдая и принимая во внимание только фрагмент нашего окружения» [35, р. 7]. Исследование общественного мира с фотоаппаратом в руках, с на-

мерением увидеть и закрепить важные социологические ситуации или события существенно повышает напряжение и концентрацию внимания, интенсивность наблюдения [130, р. 95], позволяет извлечь из хаотического фона то, что содержит социологический смысл. Это означает целевую селекцию тем, абсолютно сознательное выделение главных объектов и незначительных предметов и фона, объекта и окружения, события и контекста и, в конце концов, закрепление первых впечатлений, спонтанных, интуитивных наблюдений в необычных, удивительных ситуациях, смысл которых может быть понят только позднее. Анализ имеющихся фотографических источников с точки зрения их социологических сообщений также вовлекает и тренирует визуальную восприимчивость и расширяет социологическое воображение.

Вторая функция - это эвристическая инспирация. «Мы можем использовать фотографию, не только чтобы показать, что мы уже открыли другими методами, но и чтобы расширить наши визуальные возможности, помочь нам открыть что-то большее о человеческой природе или ее многоликих культурах [35, р. 13]. Особенная убедительность образов, даже большая, чем написанного слова, является причиной того, что «фотографии даже тогда, когда сами не могут ничего объяснить, постоянно приглашают к дедукции, размышлению и фантазии» [130, р. 23].

Фотографии открывают перед нами общественный мир, с которым мы не имели и даже не могли иметь непосредственного контакта (образы отличных от нашего сообществ, а также сообществ прошлого). Мы становимся как бы свидетелями событий, явлений и ситуаций, в которых де-факто не участвовали. Погружение в фотографические материалы, особенно полученные из разных культур или разных эпох, может подсказать новые исследовательские гипотезы либо сравнительного характера, приводящие к открытию зависимости, либо динамического характера, приводящие к открытию существующих тенденций. Проникновение в содержание даже отдельных снимков может подсказать нам новые социологические категории, понятия, необходимые для обнаружения игнорируемых до того социологами нюансов общественной жизни. «Фотографии (...) могут показать характерные атрибуты людей, предметов или событий, которые часто ускользают от внимания даже наиболее умелых мастеров написанного слова» [111, р. 116]. Это может помочь в уточнении или экспликации значения уже существующих понятий лучше и полнее, чем чисто вербальные формулировки. Во всех этих случаях речь идет о том, «как внешне наблюдаемые черты явления могут нам рассказать что-то иное или что-то более существенное о самом явлении» [43, р. 9].

Реализуя эти функции, фотограф-социолог приближается к фотографу-художнику или живописцу, используя свою интуицию, вдохновение, неожиданные озарения. Этого не гарантирует даже наибольший набор данных. Переход от данных к новым оригинальным знаниям требует выхода за пределы данных, творческого свободного воображения. «В случае фотографии особенно очевидно постоянное перекрещивание целей общественных наук и искусства» [45, р. 9]. Однако нельзя забывать, что «творческие процессы, так же как в области искусства, могут быть небезопасны, если не соединить их с систематическим и ответственным научным "ремеслом", которое позволит нам выйти за пределы индивидуальных эмоций и интуиции (...) Соединение творческого и научного подходов - уникальный шанс визуальной антропологии» [35, р. 198, 205]. Эта мысль касается, естественно, в той же степени и визуальной социологии.

Третья функция фотографии в социологии - это регистрация, документирование, описательная инвентаризация визуальных фактов внешне наблюдаемых аспектов общественного мира: текущей деятельности, взаимодействия включенных в нее людей, ситуационных обстоятельств, а также материальных объектов, существенных для общества. На эту функцию обращали внимание прежде всего этнографы и социальные антропологи, что видно уже из первых предложений классического учебника визуальной антропологии: «Критический глаз камеры является существенным инструментом в собирании подходящей визуальной информации, поскольку современные люди часто бывают слабыми наблюдателями» [130, р. 5]. Естественно, эта функция может быть реализована только при акцептации реалистической позиции: «Мы ценим фотографии, поскольку они несут информацию. Они говорят нам, что существует, поставляют инвентарь» [130, р. 22]. «Сущностью фотографии является подтверждение того, что она показывает (...) Каждая фотография является сертификатом присутствия чего-то» [И, р. 85,87].

Речь идет о том, чтобы закрепить, удержать неотвратимую кратковременность чего-то для последующего более глубокого анализа и интерпретации. «Сила фотографии в том, что она открывает для анализа моменты, которые обычное течение времени в тот же миг заменяет последующими» [130, р. 111]. «При таком использовании фотография должна представлять собой нечто вроде кодовых листов, ответов на вопросы анкет, этнографические полевые заметки, магнитофонные записи вербальных взаимодействий или еще какой-нибудь из многочисленных способов, с помощью которых социологи стараются зафиксировать данные для последующего анализа и исследований» [43, р. 2]. Эта функция предназначена для помощи памяти, фиксации подробностей и нюансов, ускользаю-

щих от наблюдения. Нормальное видение позволяет фиксировать семь впечатлений одновременно [138, p. 50].

Между тем общественная жизнь более богата преимущественно визуально; вообразим себе хотя бы вид улицы в городе или толпы на площади. Закрепление на фотографии позволяет анализировать действительную разнородность событий и явлений, проявляющихся в таких ситуациях. Она позволяет также повысить объективность благодаря возможности контролировать наблюдения и впечатления, повторно рассматривая с временной и эмоциональной дистанцией, а также сопоставляя со снимками подобных явлений или событий, сделанными в других временных или пространственных контекстах. «Документальная фотография позволяет исследователю общества и социальных отношений оценить ретроспективное сохранение облика людей, мест и объектов, чтобы лучше понять значение общественной ситуации, наблюдаемой в данный момент времени» [134, p. 53].

Дополнительная ценность такого подхода состоит в том, что общественные изменения приводят к исчезновению коллективов, культур или цивилизаций. Иногда они могут оставаться только на фотографии, этом «зеркале с памятью» [35, p. 7]. Их фотографическое закрепление позволяет зафиксировать тенденции развития, определить направление происходящих изменений. Фотографирование может быть использовано в качестве полевого дневника, частной визуальной записной книжки, освежающей память, особенно когда наблюдение производится в процессе интенсивных, концентрированных и быстротекущих событий (карнавалы, фестивали, массовые демонстрации, революции, вооруженные конфликты и др.) [111, p. 123]. Отдельное применение фотографии - это регистрация лабораторных экспериментов по общественной психологии или микросоциологии, необходимая для контроля их протекания.

Четвертая функция - это предлог для фотографического интервью либо для дискуссии в сформированной группе. Выполняя снимки места жительства, условий жизни, среды или общественного круга исследуемых, мы создаем вспомогательный материал для проведения интервью. Выполненные исследователем или имеющиеся снимки важной для респондента ситуации могут вызвать богатые ассоциации. В свою очередь, снимки, выполнение которых доверено респонденту, позволяют понять способ его восприятия, выбора, перспективы, иерархию существенности (позволяют зарегистрировать автоперцепцию жизненных ситуаций исследуемого). Снимки, выполненные исследователем, могут быть темой дискуссий в выделенной группе, повышая заинтересованность и мобилизуя участников. Это проявится еще отчетливей, когда выполнение

снимков доверяется самим членам группы, а затем в дискуссии дело доходит до конфронтации разных индивидуальных восприятий одной и той же ситуации или похожих событий. Дополнительно можно делать снимки самого течения дискуссии в группе как исходной точки очередного раунда интервью.

Пятая функция - это предоставление иллюстративного материала для социологических понятий, категорий и закономерностей. Фотографии широко используются в учебниках по социологии. Авторы пользуются фотографическими архивами и реже добавляют собственные снимки. Пример первой ситуации - это богато иллюстрированный учебник Джона Фарли [48], пример другой ситуации - учебник Петра Штомпки [136]. Фотографии в роли иллюстраций можно встретить в социологических журналах. Как мы уже писали, до 20-х годов прошлого века существовал обычай иллюстрирования научных статей, например, в «American Journal of Sociology», стандартном журнале американской социологии. Позднее эта практика сошла на нет. Сегодня она возрождается. Регулярно иллюстрирует свои тексты, например, «International Social Science Journal». При таком использовании фотография выполняет дидактические функции, помогает в наглядной презентации существующих знаний, но не имеет непосредственного значения при генерировании новых знаний.

Шестая функция выходит за границы социологии. Это использование фотографии в практических целях, идеологических, агитационных, для апологии определенных ценностей, социальной критики или мобилизации общественных эмоций, протеста, контестации. Такую роль играли перечисленные ранее фотографические циклы, показывающие нищету, социальную деградацию в период Великого кризиса в США, снимки эмигрантов и изгнанников, картины работы детей, движение «рабочей фотографии» в Германии между Первой и Второй мировыми войнами, фотография соцреализма в 1950-е годы, снимки среды наркоманов или больных СПИДом. Сегодня особое значение имеют фотографии войны и терроризма, а также уничтожения природы, шокирующий эффект которых помогает движению пацифистов и экологов. В этом случае определенную угрозу представляет непреднамеренный эффект бумеранга - появление моральной нечувствительности из-за чрезмерного насыщения картинами такого типа. Кроме того, с помощью фотографии закрепляется быстро проходящий из-за интенсивных общественных изменений мир и тем самым поддерживается коллективная память, сохраняются традиции и наследие прошлого (например, фотография личности или события патриотической направленности).

## Глава 5

### Фотографический образ как предмет интерпретации

При использовании фотографии в качестве дополнения к стандартным методам социологии примем лежащий в основе каждого из них реалистичный подход к объективно существующим социальным явлениям и событиям и их более или менее верное отражение в социологическом познании. Фотография должна расширить наше окно в социальный мир. Но, как заметил Джон Шарковский, куратор фотографической галереи в Музее современного искусства в Нью-Йорке, фотография - это окно, но и зеркало (цит. из: [92, р. 35]). Зеркало, в которое смотрит фотографирующий, ситуация, в которой он фотографируется, его культура, эпоха, предпочтения, намерения и мотивация. Как шуточно утверждает Славомир Магала, мы фотографируем, в сущности, не через объектив (когда само название предполагает объективность изображения), а через «субъектив» фотоаппарата (т.е. через призму индивидуальных и общественных связей фотографа).

Реалистичного подхода к фотографическому образу недостаточно. Необходим также критический подход, что значит проникновение в сложные и многослойные сущности, которые закодированы в снимке за пределами отображенной внешней реальности. Чтобы добыть все богатство социологической информации, которое несет в себе фотография, недостаточно поверхностного рассмотрения, нужно проникнуть в глубь скрытых измерений. «Как вид данных фотография не сможет говорить сама за себя, информацию нужно из нее добыть, интерпретировать, раскодировать содержание, заключенное в визуальном представлении явлений» [5, р. 137]. Это и есть другая сторона позиции критического реализма, которую мы приняли в этой книге. Такая критическая задача ставится перед анализом фотографического образа: герменевтическим, семиотическим, структурным и дискурсивным. Углубленная интерпретация фотографий может дать социологии дополнительное преимущество - реализовать новые функции кроме тех, которые были представлены в предыдущей главе.

Фотографический образ является продуктом активности человека, делающего снимки. Более того: все, что появляется на фотографиях, которые интересуют нас в этой книге, - фотографиях, выполненных социологами, или фотографиях, социологически существенных, - это либо активность человека, либо продукты или эффекты этой активности. Наконец, фотографический снимок предназначен для каких-то людей - аудитории, получателей, которые ее рассматривают, созерцают, сопереживают. Фотография сама является элементом социальной реальности в тройном смысле: она создана людьми, представляет социальную жизнь и является предметом общественного восприятия. Имея перед собой какой-либо снимок, мы должны помнить, что он сделан кем-то, что-то представляет и кому-то адресован. Ни один из трех аспектов снимка: автор, образ и аудитория - не является очевидным. Каждый аспект скрывает в себе какую-то загадку.

### 5.1. Герменевтический анализ

Не безразлично, кто делал снимок. «Это фотограф делает снимок, а не сама камера», - замечают Штуркен и Картрайт [133, р. 16]. Эту мысль развивает Сьюзен Зонтаг [130, р. 88]: «Люди быстро обнаружили, что никто не делает одинаковых снимков одного и того же объекта, и предположение, что камера предоставляет безличный, объективный образ, уступило констатации того, что фотографии являются свидетельством не только того, что на них представлено, но и того, что личность наблюдает, не только регистрацией, но и оценкой мира». Если мы принимаем этот аспект, то должны задать такие вопросы: Кто делал снимок? В какой общественной роли он это делал (репортера, фотографа-художника, фотографа-любителя, туриста, члена семьи, этнографа и др.)? В какой ситуации он находился? Зачем он это сделал, с какой целью, с каким намерением? Для кого он сделал снимок, кому адресовал? Какие мотивы руководили выбором объекта? Какие знания о фотографируемой сфере или личности были использованы? Какие предубеждения, преувеличения, стереотипы, враждебность, симпатии или антипатии играли роль при съемке объекта? С какой общественной позиции -классовой, возрастной, связанной с полом, культурной, расовой этнической - смотрел автор снимка? Какой личный опыт автор выразил в снимке? Какие эмоции сопровождали выполнение снимка? Какое состояние подсознания отражено на снимке? Какие технические знания использованы при фотографировании? Такие и по-

хожие вопросы становятся предметом герменевтического анализа снимка. «Контекст создания образа должен быть проанализирован рефлексивно, чтобы показать, каким образом визуальное содержание зависит от субъективных установок и намерений личностей, участвующих в создании снимка» [108, р. 99].

Как произведение некоего конкретного творца фотографический снимок имеет общее для всех общественных явлений свойство, которое требует специального подхода, отличного от научного познания природных явлений, а именно понимания. «Их понимание должно содержать элемент, которого не хватает в объяснении явлений природы: понимание цели, намерения, уникальной конфигурации мыслей и чувств, предваряющих общественное явление и находящихся несовершенное и неполное выражение в наблюдаемых результатах деятельности. Кроме того, понять человеческие действия - это то же самое, что понять значение, которым наделяют их действующие личности, задача, как легко заметить, принципиально отличная от целей естественных наук» [16, р. 12]. Вариант значения, который можно определить как субъективный, является предметом анализа собственно герменевтики. Что касается фотографии, то мы будем говорить о герменевтике фотографического образа.

Анализируя авторский аспект снимка, начнем с наиболее общего уровня. Очень часто наиболее общей мотивацией фотографа являются художественные устремления. «Поскольку фотографы, независимо от характера деятельности, хотят быть признанными как художники, мы можем иногда подозревать, что они стараются соответствовать модным художественным стилям или в используемой технике, или в композиции, или в настроении и теме снимка». Выявление такой мотивации позволяет скорректировать считывание содержания снимка, так как «жажда реализации "искусства" может привести фотографа к пренебрежению деталями, которые могли бы расстроить его художественную концепцию» [17, р. НО] и таким образом уменьшить документальную или доказательную роль снимка как репрезентации реального мира. Это особенно важно при использовании фотографии в социологических целях. Естественно, нет ничего плохого в попытках выполнения фотографом-социологом художественных снимков, доставляющих эстетическое удовлетворение, а не только холодную информацию об обществе. Убедительность и выразительность таких снимков, как правило, больше. Похоже, нет повода считать, что художественные фотографии не имеют содержания, достойного для рассмотрения социологами. И в этом, и в другом случае необходимо только обращать внимание на опасность деформации образа общества, вызванной художественными устремлениями.



Исходной точкой и ключом к пониманию более детальной мотивации творца является идентификация вида, к которому относится фотография: для прессы, репортерская, соответствующая данному моменту, официальная, пропагандистская, рекламная, портретная, памятная, семейная, туристическая, художественная, одиночная или фрагмент серии (фотографического эссе, репортажа, семейной хроники). С каждым видом связаны типовые намерения, мотивации, эмоции, а значит, определение вида позволяет достичь первого приближения герменевтического анализа. Только на таком типовом фоне можно конкретизировать приближения, выявляя индивидуальное, уникальное, субъективное содержание при фотографировании.

Рассмотрим, например, характеристику мотиваций, которые сопровождают выполнение частных памятных снимков, представленных Ирвингом Гофманом [62, р. 10]. Это, как он говорит, форма «культы самого себя». «Личность фиксируется в тот момент, когда находится в идеальном окружении, рядом с теми, чье общество ценит, в одежде, повышающей ее престиж (...), готовится к чему-то многообещающему или завершает какой-то важный этап. Как видно на снимке, личность в этот момент гордится своими делами. Словом, личность сфотографирована в тот момент, когда готова считать свой внешний вид типичным для себя. Этот момент можно зафиксировать и повесить на стену своего дома, бюро, магазина, спрятать в шкаф в спортзале, положить в бумажник как момент, к которому можно постоянно возвращаться (...), как свидетельство, доказательство того, чем была ее общественная идентичность, и затем, через импликацию, чем должна быть и в дальнейшем».

Совершенно другие намерения сопровождают «публичные снимки». Например, репортерский снимок, имеющий гуманитарное значение, должен показать, как «в другом отношении анонимные и не достойные внимания изображения подтверждают наши обиходные взгляды о человеческой экспрессии через выражение (и, вероятно, ненамеренное) таких реакций, как страх, удивление, изумление, любовь, стыд, или таких состояний, как радость, безнадежность, невинность, а также то, как мы выглядим и что делаем, когда считаем, что нас никто не видит» [62, р. 11].

Одним из вспомогательных инструментов при интерпретации намерений фотографирующего является эмпатия - представление себя в роли автора снимка, проникновение в его ситуацию, общественную позицию, перспективу, с которой фотографирует. Неизбежная проблема, с которой мы сталкиваемся при этом, - мы сами субъективны, со своими намерениями, мотивациями, запасом знаний, предрассудками, стереотипами, недовольством, опытом. Ос-

вободиться от них, естественно, невозможно, но условием эмпатии является сознательное критическое усилие по устранению наших предубеждений. Временами говорится о необходимости «двойной герменевтики»: герменевтики того, что интерпретируется, и герменевтики интерпретатора.

Иногда интерпретацию облегчает подпись под снимком или авторский комментарий, приложенный к снимку. Это подчеркивает Ролан Барт: «Кажется, сегодня в сфере массовой коммуникации лингвистическая предпосылка присутствует в каждом образе: как заголовок, подпись, сопутствующая статья в прессе, диалог в фильме, "дымок" с текстом в комиксе» [9, р. 38]. Такой текст может выполнять двоякую функцию. Барт называет первую из них «якорь», вторую - «связник». В фотографическом образе, по природе всегда многозначном (полисемантическом), текст позволяет «заякорить» значение, указывая, на что надо обратить внимание. Когда мы имеем дело с серией снимков, репортажем, фотоэссе, текст действует как «связник», связывая одиночные снимки в повествование, анекдот [9, р. 39-40]. В случае фотоэссе роли текста и образа равнозначны, ни один из них не может выступать отдельно. Этим фотоэссе отличается от фоторепортажа, в котором текст, подпись под снимком выполняет только вспомогательную роль [101, с. 16]. Хорошим примером обширного фотоэссе является альбом Анджея Флиса и Беаты Ковальской «Забывшие братья» [50], плод нескольких экспедиций исследователей на Ближний Восток, разыскивающих остатки христианских общин. Снимки представляют здесь интегральную часть повествования, становясь равноправным с текстом средством передачи рассказа о судьбе древней религии.

В некоторых случаях для герменевтической интерпретации мы можем использовать более непосредственный метод: найти автора снимка и провести интервью, позволяющее выявить его точку зрения. Это, например, необходимый элемент коллаборационной, или партнерской, стратегии, которая была описана ранее и которая основывается на целенаправленном инспирировании снимков путем раздачи исследуемым простых фотоаппаратов и заказа фотографий на важные для них темы. Дискуссия о причинах выбора этих, а не других тем или таких, а не других кадров, проводимая индивидуально с авторами или коллективно в выбранной группе, позволяет получить ответы на много важных субъективных вопросов. Однако во всех этих случаях мы должны помнить, что комментарии или отчеты авторов никогда не могут трактоваться как абсолютная истина, а требуют тщательной и критической проверки, поскольку авторов снимков связывает со всеми другими людьми то, что они, во-первых, не всегда и не вполне осознают собствен-

ные мотивы, а во-вторых, иногда скрывают или целенаправленно изменяют фабулу.

Автор - это персонаж, непосредственно не видимый, находящийся как бы за кулисами фотографического образа. Но на самом изображении, по крайней мере таком, какой интересуется социолога, центральной фигурой являются люди. Они также выполняют некие личные действия, имеющие субъективное значение. Следовательно, предметом интерпретации мы можем сделать эти самые субъективные значения, которые ими управляют. Герменевтика образа может относиться не только к автору, но и к запечатленным на фотографии людям. Они тоже представляют собой загадку, для ответа на которую можно поставить такие, например, вопросы: Кто они? Какое отношение они имеют к автору снимка? Каковы их общественные позиции или роли? Что они делают? На что смотрят? Каковы их намерения и мотивы? Знают ли они о присутствии фотографа и о том, что их фотографируют? Они ведут себя естественно или позируют? Что они хотят показать, а что скрыть?

На снимке мы видим только внешние, наблюдаемые черты людей или их поведения. Предполагаем, однако, что они представляют знаки, симптомы скрытого субъективного состояния, и интерпретация основывается на расшифровке этих знаков, открытии того, что они означают. Многое нам может рассказать выражение лица, мимика, пластика [106], положение рук [42]. Популярны многочисленные учебники, содержащие обобщение обычных наблюдений за поведением других людей. Здесь также будет полезна эмпатия, поскольку мы сами ведем себя до некоторой степени аналогично другим людям как экземпляры вида, а в определенной степени аналогично членам нашей общины как участники одной культуры. Особые возможности открываются перед партнерской фотографией, когда фотограф входит в непосредственный контакт с фотографируемым, например, завязывая с ним разговор и напрямую спрашивая о его намерениях, мотивах и других психических состояниях. Естественно, в этом случае мы сталкиваемся с теми же трудностями, что и при каждом социологическом интервью: во-первых, фотографируемый может высказать не подлинные намерения либо утаить, а во-вторых, он сам может не осознавать свои реальные мотивы. Следовательно объяснения к снимкам должны быть также предметом тщательной критической интерпретации.

Мы должны помнить, что наша герменевтическая интерпретация образа в поисках мотивации, замысла, соображений изображенных людей всегда будет частичной, в определенной степени поверхностной. Ирвинг Гофман приводит пример: снимок, на котором мы видим пару, стоящую перед витриной ювелирного магазина

и рассматривающую бижутерию. «Мы, посторонние, не видим, то ли Джон и Мэри посещают различные ювелирные магазины в поисках броши вместо той, которую Мэри потеряла на прошлой неделе на приеме у Джин, то ли они убивают время перед сеансом нового фильма Феллини» [61, р. 22]. Задолго до Гофмана Макс Вебер подобным образом отличал непосредственное понимание, когда, например, мы видим охотника, прицеливающегося в животное в лесу, и более глубокое, опосредованное, когда стараемся проникнуть в его конкретную мотивацию: охотится ли он для развлечения или для добычи пропитания или, возможно, опробует новое ружье, а может, это принято в его аристократической среде. Сам образ по большей части дает нам не конкретное знание, а возможность сделать общие, абстрактные инференции о том, кем являются представленные лица и что они делают, исходя из своих частных намерений.

## 5.2. Семиотическая интерпретация

Когда предметом интерпретации мы делаем отделенный от автора образ как определенный визуальный факт, центральное значение получает не герменевтическая, а семиотическая и структурная интерпретации. Насколько герменевтическая интерпретация обращается к индивидуальной психике авторов снимка или представленных на снимке людей, настолько семиотическая и структурная интерпретации проникают в область культуры, общих для всего коллектива правил. «Наиболее тривиальная фотография, независимо от намерений фотографа, выражает систему схем восприятия, мыслей и оценок, общих для всей группы (...) Чтобы адекватно понять фотографию, сделана ли она корсиканским крестьянином или парижским фотографом, мы должны не только восстановить значения, которые он декларирует, т.е. проявленные в определенной степени отчетливо намерения фотографа, но и расшифровать значения, которые символизируют возрастную группу, класс или артистический круг» [25, р. 6].

В семиотической интерпретации фотографический образ является знаком или системой знаков, за которыми скрываются культурные значения. «Семиотика представляет собой коробку, полную аналитических инструментов, которые служат для того, чтобы разложить образ на части и проследить, как каждая из них функционирует по отношению к более широкой системе значений (...) Необходимо использовать понятия, которые точно описывают значения, навеянные этим образом» [118, р. 69-70].

Семиотический анализ имеет, главным образом, формальный характер и устанавливает процедуры, с помощью которых реализуются значения образа. Тогда как структурный анализ имеет содержательный характер, стремится открыть много уровней скрытых общественных и культурных значений, приносимых образом, и расшифровать эти значения.

Базовым понятием семиотики является знак: «Семиотика - это наука о функционировании знаков в обществе» [121, с. 16]. Знак в понимании Фердинанда де Соссюра - это своеобразная система обозначения предметов, явлений, содержания, связанного с этим предметом. В понимании де Соссюра отношения между ними являются общими для коллектива, определенными типичной для него культурой. В ней нет ничего обязательного и естественного. Автор имел в виду прежде всего знаки словесные, языковые. Естественно, между словом «собака», dog, Hund и собакой трудно усмотреть иную реляцию, кроме условной (договорной). Слова есть символы того, что они означают. Но когда мы смотрим на снимок собаки, это изображение не может быть общепризнанным. Несмотря на то, что изображение упрощенное в силу своей двухмерности и черно-белое, а на плохом снимке еще и нерезкое, оно все-таки сходно с тем, что обозначает. Образ наделен более непосредственным смыслом, чем высказанный или написанный текст.

Поэтому при анализе образов более полезной является типология знаков, предложенная Чарльзом Пирсом [107]. Он различал, во-первых, знаки-иконы (icons), которые характеризуются существенным сходством формы, вида с тем, что они означают. Сама фотографическая техника воспроизводит большую часть того, что мы видим на фотографии, например, наш образ собаки - это знаки именно одного рода. Во-вторых, Пирс выделяет знаки-указатели (indexes), которые связывают с тем, что они означают, - определенная закономерная, типовая зависимость. Она может быть или природной, когда снимок молнии означает грозу, а цветущего тюльпана - весну, или общественной, когда снимок заполненной людьми улицы означает город, а люди с зонтиками - дождливый день. Знаки-указатели могут также относиться к более сложным экономическим, культурным или психологическим зависимостям.

В учебнике визуальной антропологии находим такой список переменных, которые могут быть знаками-указателями достатка в сельской среде: «Экономические переменные: (а) ограды, ворота, подъездные дороги к дому; (б) лакированные почтовые ящики с фамилией; (с) телефонные линии, подведенные к дому; (d) электрические провода, ведущие к дому и хозяйственным постройкам; (е) состояние стен и крыши; (f) состояние подворья, цветников или

огорода; (g) вид хозяйственного оборудования возле дома; (h) грузовики или автомобили на подворье. Культурные и психологические переменные: (a) степень ухоженности дома; (b) декоративная живопись; (c) занавески на окнах, комнатные цветы; (d) выражение индивидуальных особенностей в саду: богатство цветов; (e) выражение индивидуальных особенностей на подворье: подметено, прибрано, лесоматериалы и инструменты сложены в штабель или, напротив, разбросаны вокруг» [35, p. 39].

Это все - знаки-указатели, поскольку экономические, социологические и психологические знания указывают, что между ними и достатком хозяев существуют закономерные зависимости.

В-третьих, знаки-символы - полностью условные, установленные в данном коллективе (культуре) значения определенных предметов или явлений, например крест ассоциируется с христианством, флаг - с государством, дорожные знаки определяют предписываемые способы вождения, кивание головой - выражение акцептации. Эти последние случаи наиболее близки пониманию де Сосюром знаков как составляющих языка. Первый шаг при семиотическом анализе фотографического образа - это установить, какие знаки и какого вида знаки находятся на нем [118, p. 75]. Классификация Пирса здесь весьма полезна. Но не только она. Другие категории, использованные при анализе образа Роланом Бартом (Barthes Roland), - это противопоставление денотации и коннотации. Дено-тация - все то, что образ наглядно представляет или к чему знак непосредственно относится: лыжник на склоне, толпа людей на улице, целующаяся пара. Следовательно, денотация - наш ответ на простейший вопрос: что это такое? Коннотация - это более сложные ассоциации, мысли чувства, которые вызывает образ (знак). Например, отдых, здоровье, покой при виде лыжника, политическая демонстрация или неистовство пред Рождественских покупок при виде толпы на улицах, романтическая любовь при виде поцелуя.

Для визуальной социологии наиболее существенна особая разновидность коннотации образа - ассоциации, продиктованные не индивидуальными предпочтениями зрителя, связанными с его уникальным опытом, а правилами культуры, которые являются наследием исторических традиций коллектива. «Код коннотации, по всей вероятности, не «естественный» и не «искусственный», а исторический или, если хотите, культурный. Его знаками являются жесты, позы, цвета или эффекты, наделенные значениями практикой определенного общества; связь того, что является значимым, и того, что обозначается, остается если и не лишеной мотивации, то во всяком случае полностью исторической» [9, p. 206]. Если денотация определяет поверхностный слой обра-

за, то коннотация - скрытый слой, требующий тщательной аналитической интерпретации. Мы уже не просто спрашиваем, что там изображено, но что это нам говорит, с чем ассоциируется. Барт говорит здесь об информационной и символическом уровне образа, а также о буквальном и символическом послании снимка: «Образ буквальный является денотированным, а символический - коннотированным» [9, р. 36-37].

Уникальное свойство фотографии в отличие, например, от живописи - непосредственное отражение без использования кода того, что она представляет. «В фотографии, во всяком случае на уровне буквального послания, отношение обозначенного и значащего основано не на трансформации, а на "записи", и это отсутствие кода прямо подтверждает миф о "естественности" фотографии: эта сцена там есть, зафиксирована механически, а не преобразована человеком (механичность здесь является гарантом объективности). Вмешательство человека в фотографический образ (кадрирование, расстояние, освещение, фокус, вспышка) появляется на уровне коннотации; то есть так, как будто вначале была только чистая фотография (простая и фронтальная), на которую автор затем накладывает с помощью разных техник знаки, взятые из культурного кода» [9, р. 44]. Так возникает символическое послание фотографии.

Проанализируем один пример. Как мы знаем, на снимках, содер-  
жательных для визуальной социологии, чаще всего появляются люди. В одиночку, в группе, в коллективе, в толпе они представляют собой денотацию снимка. Но их облик говорит нам о них что-то большее, выявляет какие-то общие для их культуры правила, предубеждения, стереотипы. Это и есть та самая коннотация снимка. Следовательно, мы видим, во-первых, телесные черты персонажей, что-то нам говорит об их возрасте: молодые они, взрослые или старые. С категориями возраста ассоциируются определенные черты: наивность, невинность, легкомыслие - с молодостью, опыт, мудрость, рассудительность - со зрелостью, почтение, но и нездоровье - со старостью. Что нам сообщает их пол: женский или мужской? Ассоциируются ли у нас с этим стереотипы зависимости и доминирования, эмоциональности и рациональности, пассивности и активности? Что нам говорит раса? Не приходит ли нам в голову целая гамма расовых предрассудков? А еще более подробно: что нам говорит полнота персонажа, лицо, прическа, руки? Во-вторых, мы видим наряд и орнаментацию тела, а также удивительную униформу или мундир. Если верить Ирвингу Гофману, в большинстве случаев их характер не просто обозначает полезность, но и служит автопрезентации: они могут нам что-то сказать о тех, кто их носит. Что именно? Вот это богатая область коннотации. В-третьих,

люди, представленные на снимке, что-то делают, как-то ведут себя. Мы видим их выражение лица, направление взгляда, жест, позу. Это может дать много информации об их установках, намерениях, целях деятельности. В-четвертых, люди, представленные на снимке, пользуются каким-то реквизитом, применяют какой-то инструмент, носят какие-то часы, ездят на каких-то автомобилях. Что нам говорит характер этих предметов, их вид, марка? И, наконец, люди появляются в каком-то окружении: дома, на улице, в кафе, на спортивном стадионе - и из этого пространственного контекста можно получить много информации, кем являются и что делают персонажи, т.е. провести коннотацию снимка.

Похожее выражение для противопоставления денотации и коннотации имеет родственная классификация, предлагаемая Эрвином Пановским (Ervin Panofsky). То, что он называет иконографическим описанием образа, является простой идентификацией представленных на нем объектов или явлений. Например, указание на строение с куполом на снимке польского Сейма. Иконографический анализ - это что-то большее: извлечение скрытых категорий, понятий, определяющих эти объекты или явления. В нашем примере это здание связано с парламентом, репрезентацией политических партий. Наконец, иконологическая интерпретация - это выявление более широкого исторического, общественного, политического контекста, в котором выступают представленные объекты или явления. В этом случае Сейм как символ возрожденного после 1989 г. польского парламентаризма и даже как символ изменения строя в 1989 г., после чего он стал парламентом по сути, а не только по виду. Классификации Барта и Пановского имеют общее значение фотографического образа, доступное для интерпретатора в разной степени. Есть значения очевидные, навязывающиеся, поверхностные. В общем, мы можем сразу ответить на вопросы: что люди делают, где находятся? Тогда как уже вопросы о том, к чему стремятся, какие цели ставят перед собой, какими правилами руководствуются, требуют постижения более глубокого, скрытого, потустороннего значения.

Помимо денотации и коннотации, т.е. сферы значений образа, которую Барт в совокупности назвал *studium*, он указывает на воспринимаемое с большим трудом, непосредственное, поражающее или даже шокирующее влияние образа на зрителя, которое он назвал *punctum*. «Благодаря *studium* я интересуюсь многими фотографиями независимо от того, рассматриваю ли их как политическое свидетельство или они меня радуют как хорошие сцены из истории, поскольку участвую в персонажах, лицах, жестах обстановке, действиях с точки зрения культуры» [11, p. 26]. *Studium* -



это холодный, отстраненный анализ, интерес, но не страсть. Punc-tum — это конденсированный, синтетический способ передачи значения, которое навязывается зрителю напрямую без какого-либо предварительного анализа. «Какой-либо элемент выделяется на сцене, выстреливает и как стрела попадает в меня» [11, р. 26]. Такими свойствами обладают фотографии экстра-класса [36, р. 71]. Глядя на снимок студента, задерживающего колонну танков на площади Тяньаньмынь, мы поражаемся контрастом жестокости авторитарической власти и моральной силы одинокой героической личности. Глядя на снимок, на котором работники верфи несут на доске тело товарища в декабре 1970 г., понимаем, чем на самом деле была «рабочая» власть, стреляющая в рабочих.

Когда предметом семиотического анализа является не один снимок, а серия, используются дополнительные категории семиотики: синтагматические и парадигматические реляции знаков. Серия снимков может фиксировать объекты или явления в разные моменты времени. Они приобретают характер повествования, а отдельные знаки свидетельствуют о временной последовательности: что-то происходит раньше, что-то позже. Например, на первом снимке участники манифестации собираются на площади, на втором - идут по улице, на третьем - разгоняются полицией. Три образа-знака находятся в синтагматическом отношении, обозначают события, которые составляют необратимую последовательность. Такая серия фотографий имеет большее познавательное значение, чем одиночный снимок: «Каждая фотография эпизода, в котором она появилась, и место этого кадра в еще более широких эпизодах (...) имеют большее познавательное значение, чем одиночный, изолированный образ» [45, р. 13]. В то же время парадигматическая реляция означает возможность взаимного замещения образов-знаков при обозначении одного и того же объекта или явления. Снимки толпы пешеходов, парковки, заполненной автомобилями, и лежащих на пляже отдыхающих остаются в парадигматической реляции, поскольку все они показывают разные стороны одного и того же феномена - массового общества, и каждый, кроме различных денотаций, внушает одну и ту же общую коннотацию - невыносимую массовость общественной жизни, неотъемлемые издержки демократизации.

Знаки не изолированы, а объединяются в более широкое целое, называемое кодом. Код - это система знаков и условий их использования, определяющая, в каких комбинациях они могут выступать, чтобы передать сложные значения. Коды могут быть характерными либо для определенной области общественной жизни (например, код работы, код развлечений, код религии, код потребления и т.п.),

либо для определенной среды (например, код академический, код художественный, код интеллигенции, код журналистский), либо уже - для определенного рода активности (код одежды, код жилища, код еды). Распознавание кода, содержащегося на фотографическом снимке, т.е. его раскодирование, - важный начальный этап семиотической интерпретации. «Мы раскодируем образ посредством интерпретации указаний намеренных, ненамеренных или только внушенных значений. Такие указания могут содержаться в формальных элементах образа, таких как цвет, оттенки черного и белого, тон, контраст, композиция, глубина, перспектива и стиль обращения к зрителю. (...) Мы раскодируем визуальный язык, с помощью которого образ нам "говорит"» [133, p. 26, 41].

### 5.3. Структурная интерпретация

Формальный семиотический анализ снимка с помощью указанных категорий - только вступление к содержательному структурному анализу. При таком анализе предполагается, что наблюдаемые (и фиксируемые на снимке) социальные ситуации, явления, события не случайны и хаотичны, а представляют собой эманацию определенных глубоких, скрытых от непосредственного наблюдения общественных структур. Такие структуры определяют форму социальных ситуаций, явлений и ход событий; определяют и ограничивают то, что может произойти в общественной жизни. Не все вероятно, не все возможно. Следовательно, фотографический образ, показывающий некие проявления общественной жизни, является внешним знаком таких значимых структур, а его интерпретация основывается на выявлении структур, т.е. того, что обозначено, что скрыто денотациями и коннотациями наблюдаемых ситуаций.

В социологии имеются различные подходы к понятию общественной структуры. Не вдаваясь в дискуссию о различных подходах, что выходило бы за рамки этой книги, я принимаю здесь концепцию, которую представил в 1989 г. [136] как так называемую схему INIS. Проще говоря, структура - это сеть (система) отношений между элементами чего-то целого. Общественная структура - это сеть (система) отношений между элементами общественной системы. Я выделяю четыре вида элементов. Во-первых, человеческая деятельность. Она никогда не происходит в изоляции, а всегда в связи с деятельностью других людей. Элементарный тип таких связей - это интеракция (или ее классический пример: разговор), и отсюда сеть многосторонних и сложных связей между

деятельностью личностей я определяю как структуру интеракции (I - interakcia).

Вторая составляющая общественной структуры — это общественные правила: нормы, определяющие желаемое поведение, ценности, указывающие на желаемую цель действий, жизненные образцы, целостно описывающие желаемый способ или стиль жизни. Они также не пребывают в изоляции, а связаны в сложные комплексы: обычаи, нравы, мораль, законы. Сумму дифференцированных и различным образом связанных общественных правил, принятых в данном обществе, я называю нормативной (N) структурой.

Третья составляющая общественной системы - идеи: распространенные убеждения, взгляды, преувеличения и т.п. Они вступают в различные отношения между собой, например консенсуса, когда они разделяются членами коллектива, диссонанса, когда они взаимно не соединимы, или спора, когда они являются предметом контестации. Они устанавливаются в виде сложных комплексов: мировоззрения, доктрины, идеологии, теологии, мифы, научные знания. Совокупность выступающих в обществе идей и их разнонаправленных связей я называю идеальной (I) структурой.

Наконец, четвертая составляющая общественной системы - это жизненные возможности: дифференцированные возможности доступа к общественно ценным благам (идентифицированных таковыми с помощью распространенных ценностей), т.е. к богатству, власти, престижу, образованию, здоровью и т.п. Когда такие шансы равны для различных членов общества, мы говорим об эгалитарности общества, когда эти шансы различны, мы говорим о разнообразных проявлениях общественного неравенства. Характерную для данного общества систему жизненных возможностей я называю структурой возможностей (S - szans). Структурная интерпретация в принятом здесь подходе основывается на получении и выявлении скрытых за наблюдаемыми проявлениями общественной жизни структур интеракций, мотиваций, идей и возможностей. Для визуальной социологии ключом для выявления скрытых, «глубинных» структур является фотографический образ, на котором зафиксированы какие-то внешние, «поверхностные» проявления общественной жизни.

В гл. 2 мы представили систематизированный список разных аспектов общественной жизни, которые могут быть предметом непосредственного наблюдения, а затем и фотографической регистрации. Стоит посмотреть на эти списки еще раз с другой стороны - поиска типовых наблюдаемых явлений или ситуаций, которые могут помочь в выявлении скрытых за ними структур. Это будут только примеры, указывающие направление поисков, а их полное

использование оставляю читателю. Наиболее богатый визуальный материал предоставляет, естественно, деятельность и межчеловеческая интеракция. Структура интеракции в нашем понимании -то же самое, что «общественная геометрия», постулированная Георгом Зиммелем. Метафорическое использование термина «геометрия» должно, собственно, внушать среди прочего визуальную доступность. Снимки человеческой деятельности и интеракции легко поддаются структурной интерпретации в первом смысле этой процедуры. Следовательно, мы легко отличим простую интеракцию от сложной, как ее называл Джордж Г. Мид (George H. Mead) - совместных действий, во всех группах. Будет понятен вид интеракции: разговор, семейный обед, заседание комитета, похороны. Зрительно можно будет отличить дружеский характер разговора от скандала, конфликт или борьбу от сотрудничества. На фотографии мы найдем разнообразные виды коллективов и групп -от наименее структурированной уличной толпы до формализованного наблюдательного совета корпорации, от очереди в магазин до военного парада, от дискотеки до симфонического оркестра.

Ключом к открытию пространственных условий интеракции могут быть снимки разных локализаций, в которых интеракции происходят: в городском дворе, в соседних домах в деревне, в бюро с разделенными перегородками столами сотрудников, в заводском цеху, ресторане, парке, аудитории, театре. Снимки, показывающие кризисные ситуации, стихийные бедствия, беспорядки, панику, в большей или меньшей степени выявляют временный распад структур интеракции, их анархизацию или, иначе, деструктуризацию. В свою очередь, фотографии реакций, когда люди справляются с такими ситуациями, указывают на процесс спонтанной самоорганизации или, иначе, реструктуризации.

Гораздо труднее делать выводы о нормативной структуре общества на основе визуального учета. Но и здесь мы находим определенные непосредственно наблюдаемые проявления. Зрительно фиксируются разнообразные предписывающие или запрещающие знаки, которых много в современном обществе. Например, дорожные знаки выражают правовое регулирование существенной сферы современной жизни. Знак «не курить» в разных общественных местах - от вокзалов до учреждений - сигнализирует о существенном изменении нравов, которые произошли в последние годы. Непосредственному наблюдению подлежат различные формы общественных санкций, которые, в свою очередь, являются сигналом нарушения каких-то правил. Пешеходы, осуждающие эксцентрические одежды проститутки; мать, бьющая ребенка; городские службы, убирающие неправильно припаркованный автомобиль;

полиция, атакующая демонстрантов, - это несколько примеров, позволяющих воссоздать какие-то общественные нормы, обязательные для данного общества, а также наиболее общие свойства нормативной структуры: ригоризм или пермиссивизм, границы общественной толерантности, легализм и т.п.

Большие возможности определения нормативных структур дают не отдельные фотоснимки, а их серии. Нормативное регулирование отражается в повторяемости, типичности определенных способов поведения, а это можно заметить только на многих снимках, сделанных в разных ситуациях. Тогда, фотографируя наиболее мелкие, интимные, ежедневные проявления поведения, мы можем выявить примеры, которые в них реализованы. Например, снимки здоровяющихся людей, сделанные в разных ситуациях, позволяют определить господствующие в данном коллективе правила. Подобным образом существенные в современном обществе образцы моды выявляются только тогда, когда на многих снимках мы увидим похожие одетых женщин. Еще больше шансов выявить нормативные структуры дает сравнительная фотография, представляющая разные культуры. В этом случае видно, что стили поведения, одежды, макияжа, домашнего уклада, характер орудий труда и многие другие аспекты общественной жизни не являются общими для человеческого вида, а подчиняются свойственным каждой культуре правилам, определяющим, что «нормально», правильно, ожидаемо. Через контраст правила каждой культуры представляются особенно выразительно, а само наблюдение их плюрализма становится важным уроком релятивистских и толерантных позиций.

Столь же трудной для непосредственного наблюдения (и фотографической регистрации) областью является структура идей -распространенных в обществе убеждений и взглядов. Относительно редка ситуация, когда мы можем напрямую заметить их вербализованный вид. Так бывает, например, когда из содержания транспарантов во время уличной демонстрации мы можем узнать политические намерения толпы. Другой пример - визуальная так называемая социальная реклама, пропагандирующая определенные идеи, правительственные акции или общественные доктрины. Наши умозаключения чаще будут более опосредованными. Идеи имеют свои материальные институции, в которых они культивируются. Их наблюдение может нам рассказать нечто о самих идеях или о популярности идеи определенного вида. Например, наблюдая людей в церквях, мы можем узнать о религиозных предпочтениях общества, а видя храмы, переделанные в склады или рестораны, - о его секуляризации. Наблюдаемые религиозные ритуалы,

литургии или убранство храмов дают ключ к определению теологических убеждений. Многочисленные книжные магазины или киоски с газетами говорят нам об уровне образования общества, а очереди в музеи - о состоянии его художественного воспитания.

Четвертый аспект общественной структуры — структура возможностей - находит выражение во многих наблюдаемых явлениях и ситуациях. Снимки фиксируют имущественное неравенство, общественные контрасты, особенно богатства и нищеты, деградации и маргинализации. Они, напротив, могут указывать на определенный уровень эгалитаризации, «серости» общества. Более всего об этом говорят фотографии цивилизационных или технических материальных объектов повседневной жизни различных классов. Тип усадеб, мебелировка и организация жилого пространства, оборудование домашнего хозяйства, средства транспорта (например, вид и марка автомобиля) - видимые знаки материального положения. Другая область, в которой отчетливо отражаются классовые различия, это потребление: магазины, купленные товары, рестораны, кафе, бары. Несколько экзотическим, но и поучительным предметом наблюдений и фотографической регистрации могут быть отбросы. То, что трактуется как бесполезное и не имеющее ценности, разделяет группы с различным имущественным статусом. Важные знаки имущественной ситуации можно найти в области моды и снобизма различного вида. Классово дифференцированными являются также разные виды отдыха и спорта. Ежедневное занятие джоггингом мы редко увидим в рабочей среде, а на поле для гольфа определенно встретим членов высшего общества. Аналогично клиент спортзала для культуризма отличается от посетителей плавательного бассейна.

Неравенство власти также имеет свое наблюдаемое выражение. Наиболее это очевидно в политической власти - костюмы (особенно типичные для монархических или авторитарных режимов), дворцы и резиденции, тронные залы и залы приемов, эскорты охраны, кавалькады официальных машин (то, что действительно едет кто-то очень важный, мы узнаем по присутствию в кавалькаде реанимобиля). В учреждениях и корпорациях о статусе власти свидетельствует убранство кабинетов, форма столов или обустройство конференц-залов с пространственно выделенным местом для руководителя, а иногда и отчетливая иерархия кресел, соответствующих рангу работников. Тончайшие сигналы большей власти в повседневной жизни мы обнаружим в жесте, позе, взгляде, направленном на других. Исследователи - приверженцы феминизма - указывают, например, на особый способ, которым мужчины смотрят на женщин, как признак глубоко исторически укоренив-

шегося доминирования мужского пола — отношение к женщине как к предмету.

Существенное визуальное проявление престижного неравенства - снобизм различного рода. Известные люди стараются быть олицетворением определенного стиля жизни, придерживаться актуальной моды, быть общительными. Они особенно заботятся о своем внешнем виде, физической форме, занимаясь элитарным спортом - теннисом, гольфом, верховой ездой, посещая фитнес-центры или косметические салоны, что предоставляет дополнительные возможности для контактов в своей среде. Демонстративный конформизм является, с одной стороны, способом достижения престижа, а с другой - симптомом достигнутого престижа. Но может быть и наоборот: когда слава является эффектом констатации, нонконформизма, снобизм проявляется в небрежности в одежде, стиле, дружеской форме - небрежность намеренная, выученная, отрежиссированная - представляет собой также сигнал верховенства. Небрежный костюм рок-звезды, заплатанные джинсы от Армани или старенькая автомашинка вольво с современным двигателем могут означать показное пренебрежение к жизненным удобствам, что характеризует настоящую элиту, занятую действительно важными делами.

Другие формы неравенства тоже имеют свои зримые проявления. Например, такие атрибуты, как портфель или очки, газета в кармане плаща, полки, заполненные книгами, дома могут обозначать более высокий образовательный статус. Занятия спортом, активные игры или состояние домашней аптечки могут быть признаком заботы о здоровье.

Приведенные примеры наверняка не исчерпывают богатство наблюдаемых (фиксируемых фотографически) проявлений разнообразных ипостасей общественной структуры. Они могут служить только для побуждения социологического воображения читателя и склонить к обострению внимания к окружающему нас необыкновенно визуальным насыщенному общественному миру.

#### 5.4. Дискурсивная интерпретация

Досихпорвашихрассуждениях мы смотрели на фотографический образ как на передатчик знаков с двух точек зрения. Во-первых, с позиции его автора, стремясь открыть субъективное значение, которое он придал снимку. Это обеспечивает герменевтическая интерпретация. Во-вторых, мы сконцентрировали внимание на са-

мом образе, сначала на формальных свойствах значений, а затем на содержании этих значений. Выявить эти особенности образа позволяет семиотический и структурный анализ. Но остается еще третий аспект - восприятие образа и, следовательно, аудитории, воспринимающие образ, и институции, которые ограничивают восприятие либо являются посредниками в восприятии.

Наиважнейшая констатация основывается на том, что получатели образа не ограничиваются простым приемом значений, предусмотренных автором и содержащихся в образе, а активно участвуют в модифицировании этих значений либо создании новых. Как иронизирует Умберто Эко: «Тому, кто получает сообщение, остается частица свободы - свобода прочитать его по-другому» [40, с. 160]. Здесь проявляется аналогия с написанным текстом. Как и в тексте, «значение ни в коей мере не прикреплено раз и навсегда к тексту замыслом автора, а всегда изменяется в зависимости от читателя» [16, р. 29]. Смысл образа устанавливается на пути между создателем и получателем посредством самого образа в определенном институциональном контексте. Как пишет Ролан Барт: «Восприятие фотографии всегда исторично; оно зависит от "знания" получателя так же, как и в случае языка, понятного только тогда, когда некто выучил знаки» [9, р. 207]. Штуркен и Картрайт развивают эту мысль: «Значения созданы посредством сложных общественных отношений, в которых, кроме самого образа и автора, участвуют по крайней мере два элемента: (1) каким образом получатели интерпретируют или воспринимают образ и (2) каков контекст, в котором образ получен. (...) Значения созданы частично в зависимости от того, когда, где и кем получены образы, а не только в зависимости от того, когда, где и кем созданы. (...) Значение образов обнаруживается в процессе интерпретации, ангажированности и переговоров» [133, р. 45-46, 69].

Фотографический снимок - многозначный (полисемантический) образ, несет в себе множество потенциальных значений. Будут ли они вообще восприняты и какое впечатление произведут на получателя, зависит в определенной степени от его индивидуальных психологических качеств, которые можно назвать визуальной чувствительностью. Отчасти это приобретенная способность, привитая свойственной получателю культурой. Здесь можно говорить о визуальной компетенции. Независимо от общей способности восприятия визуальных сообщений, какое из значений актуализируется, во многом зависит от установок, ожиданий, предубеждений получателя. «Мы все имеем свои секретные карты вкуса, безвкусыя, безразличия, не так ли?» - спрашивает Ролан Барт [9, р. 18]. На одном и том же снимке разные люди видят разное, так как их «убеждения, надежды, стремления и опасения по отношению



к миру, то, что Гадамер называет "горизонтами" интерпретаторов, изменяет значения образов и объектов, которые их окружают» [8, р. 41]. Воспринимая снимок, а особенно его коннотацию, получатель пользуется своеобразными «лексиконами»: «У каждого человека сосуществуют множество лексиконов, а их сумма и своеобразие образуют персональный "идиолект"» [10, р. 47]. Однако же актуализация значений из полисемантического репертуара образа зависит также от ситуации, в которой происходит перцепция образа. В фотографии, экспонированной в галерее или музее, мы заметим что-то одно, в семейном альбоме - другое, в иллюстрированном журнале - третье.

Анализ, который принимает во внимание аспект получателя, мы назовем дискурсивной интерпретацией. Заимствуем этот термин потому, что собственно понятие дискурса подчеркивает не только знаки (язык) и правила, придающие знакам определенные значения, но и переговорную практику и институциональные контексты, в которых правила используются. Дискурс в стандартном значении этого термина - это язык и институции, в рамках которых он используется, вводится в оборот, а также общественные позиции тех, кто его создает и использует. Дискурсы искусства, науки, медицины, телевидения, фотографии отличаются друг от друга. Каждый дискурс определяет свой способ видения общественного мира и внушает, что именно это видение настоящее. Визуальный дискурс - особенная разновидность дискурса: сложный интерактивный процесс, в котором называются значения образов. Дискурсивная интерпретация стремится к выявлению того, кому адресована фотография и каким образом адресат соучаствует в формировании значения снимка посредством «практик рассматривания» [133, р. 363], предпринимаемых в рамках определенных институций. Следовательно, такая интерпретация требует, во-первых, идентификации категорий получателей (характеристики получателей -интенциональных и реальных адресатов - образа) и, во-вторых, определения режимов получения (характеристики институций, в рамках которых образ создан, передан и экспонирован), а также связанных с этим своеобразных практик рассматривания образа, его считывания и интерпретации.

Фотографический образ в определенном смысле является таким же предметом, как и любой другой, и поэтому люди придают ему значение, когда он становится объектом их исследования. Как пишет Стюарт Холл (Stuart Hall): «Посредством нашего способа использования вещей и посредством того, что говорим, думаем и чувствуем в связи с ними - словом, посредством того, как их представляем, мы придаем вещам значение» [115, р. 3]. На двусторонний

генезис значения обращает внимание Дуг Харпер: «Значение фотографии определяется тем, кто ее сделал, и тем, кто ее рассматривает, обе стороны привносят свою общественную позицию и интересы» [72, р. 32]. Однако фотография - объект особенный, поскольку изначально фотографом наделена значением. Используя, обдумав, обсудив и прочувствовав фотографию, мы только совместно создаем ее значение в своеобразном диалоге создателя и потребителя.

Восприятие фотографического образа всегда субъективно окрашено: «каждая личность участвует в создании значения фотографии, соотнося образ со своим личным опытом, знаниями и более широкими культурными дискурсами» [108, р. 67-68]. Однако рядом с этой неизбежной индивидуальной субъективностью появляются определенные способы восприятия, зависящие от общественных характеристик личности, ее статуса и культурной принадлежности. «То, что некто находит в образе, обусловлено культурными знаниями, которые он использует при рассмотрении (...) Значение, приписываемое фотографии, структурировано социальной принадлежностью рассматривающего» [6, р. 18]. С получателями образа необходимо пользоваться стандартными социологическими дифференциациями. Следовательно, сначала нужно спросить о возрастной категории: должен ли снимок попасть (и попадает ли) к людям молодым или пожилым, какие типичные для этих групп убеждения, стереотипы, ценности, мировоззрения они имеют. Затем очень важно различить обусловленные культурой тендерные категории, а значит, определить, адресован ли снимок (и, естественно, доходит ли до адресатов) женщинам или мужчинам, как относится к феминистическим и маскулинистическим стереотипам [118, р. 137], какую концепцию женственности или мужественности пропагандирует. В свою очередь, стоит обратить внимание на разницу в образовании; требуется ли какая-либо компетенция получателя (общая утонченность или специальные знания) или фотография может быть понятна каждому. Далее, существенной может оказаться этническая или национальная принадлежность получателей: существуют снимки с универсальным сообщением, но есть и такие, которые обращаются к партикулярным традициям, исторической, культурной или политической специфике данного коллектива, тогда условием адекватного восприятия является локальная компетенция.

Несомненно, определенную роль в восприятии может играть позиция среды или профессиональная принадлежность, а также классовое положение получателей. Возможно, существенной для восприятия может быть точка зрения поколения, общая для людей, которые пережили какие-то важные исторические события и

вынесли из них похожие ассоциации (например, военный репортаж неодинаково воспринимается поколением, которое познало драму войны, и молодежью, живущей в мирное время). Дискурсивная интерпретация должна принимать во внимание эти, а в случае необходимости и другие различия между разнообразными предполагаемыми или актуальными аудиториями для фотографических образов. «Понимание зависимости между производством образа, техниками производства образа и этническими, расовыми, половыми и другими аспектами самоидентификации тех, кто использует образ или владеет им, является центральным вопросом рефлексивного подхода» [108, p. 22].

Такая интерпретация играет особую роль в рекламной фотографии, которая рассчитана на конкретного потребителя. Как заметил Ролан Барт: «В рекламе значение образа, несомненно, является преднамеренным: то, что обозначено рекламным сообщением, установлено априори определенными атрибутами продукта, и этот аспект значения должен быть передан настолько ясно, насколько это возможно. Если образ содержит знаки, мы можем быть уверены, что эти знаки будут полными, оптимально воспринятыми» [9, p. 33]. Реклама ориентирована на кого-то, каких-то лиц, социальные круги, различные среды. От точной реконструкции их ожиданий, предубеждений, убеждений, фобий, стереотипов зависит в этом случае эффективность визуальной рекламы, специально ориентированной на определенные аудитории. Создатель рекламной фотографии целенаправленно стремится вызвать предусмотренный резонанс среди потребителей и «дополнение» ими значений, которые он вложил в образ, в желаемом им направлении. Интерпретатор же фотографий старается воссоздать эти дополнения значений, которые были спонтанно сделаны идентифицированными им получателями.

Такое дополнение значений, те самые опосредованные переговоры между создателем и получателем, происходит всегда в рамках определенных институций и свойственных им практик. «Фотография изменяется в зависимости от контекста, в котором она рассматривается (...) Как аргументировал Витгенштейн в отношении слов, значение является способом использования - это относится и к каждой фотографии» [130, p. 106]. «Рассматривание образа всегда происходит в особом общественном контексте, который является посредником при воздействии образа. То же самое всегда происходит в особой локализации со свойственными ей практиками» [118, p. 15]. Когда мы принимаем во внимание контекст и локализацию, то говорим о «режимах восприятия» (там же). Прежде всего, они различаются в зависимости от вида фотографий: газетная, репортажная, туристическая, официальная, памятная, семейная, худо-

жественная. Институциональным контекстом для газетной или репортажной фотографии являются масс-медиа, для туристической - свободное время и отдых, для официальной - политика, религия, поп-культура, для семейной и памятной - семья, для художественной - галерея и музей. В этих случаях различны и средства экспозиции: газетная колонка, открытки, стены учреждений или жилищ, памятные альбомы, планшеты фотовыставки.

Способ экспозиции формирует установку зрителей, которые в каждом из этих случаев ожидают чего-то иного. В газете мы ищем информацию, доказательства, свидетельства событий («так было»). На открытках мы хотим закрепить воспоминания о прекрасных или важных местах, которые посетили («мы там были»). На официальных портретах мы ищем подтверждения харизмы и иллюзии интимной близости с вождями и политическими или религиозными авторитетами, кумирами массовой культуры и т.п. («есть такие»). С помощью семейных или памятных альбомов мы освежаем совместные переживания, задерживаем уходящее время, возвращаемся к важнейшим, переломным моментам семейной истории: рождению детей, крестинам, первому причастию, свадьбе, окончанию школы, первой работе, смерти близких («мы такие»). В фотографических галереях мы ищем эстетические эмоции, оригинальность, формальные инновации, нетипичную точку зрения («так видит художник»). «Образы и визуальные объекты созданы совместно особым образом посредством институциональных технологий и аппаратуры (например, как "искусство"), и так же создается субъективность зрителей, таких, как "куратор", "критик", "вернисажная общественность" или "посетители галереи"» [118, p. 169].

От вида фотографии зависят также различные практики рассматривания, способы общения зрителей со снимками. На газетные снимки мы бросаем взгляд, бегло просматриваем, используя их как вспомогательное средство по отношению к написанному тексту, трактуя их как дополнительное подтверждение правдивости текста. Снимки путешествий с гордостью показываем знакомым, коллегам по работе в основном непосредственно по возвращении и редко заглядываем в них позже. Официальные портреты известных особ сопровождают нас на работе или дома как пассивные и немые свидетели и только изредка привлекают наше внимание. Семейные и памятные фотографии рассматриваем сообща, вместе с другими членами семьи, в специальных семейных случаях, например, во время праздников Рождества или Пасхи, годовщины свадьбы или на день рождения.

Определение категорий получателей и режима просмотра - это необходимое дополнение к интерпретации фотографического об-

раза: герменевтической, семиотической, структурной и дискурсивной. Только учет всех этих направлений интерпретации позволяет получить и показать все богатство значений, которые содержатся в фотографии.

В заключение необходимо поставить открытый вопрос, который не имеет простого решения. Итак, очевидно, что может быть много интерпретаций одного снимка. Как потом разобраться в них? Как интерпретатор может убедить в своей интерпретации? «Как можно доказать, что такой-то и такой-то жест означает то и то?» - спрашивает Ричард Хоггарт [73, p. viii]. И отвечает: доказать не удастся, самое большое, можно создать у получателя убеждение, что это интерпретация удачна. «Да, действительно я вижу это», - говорю я, выражая согласие на интерпретацию жеста как «убедительную», хотя никогда перед этим не думал таким образом об этом жесте» [73, p. viii]. Большую интересную особенность интерпретации можно получить двумя путями, во-первых, тестируя ее на большей группе получателей. Сходство их видения будет аргументом, говорящим о верности интерпретации. А во-вторых, с помощью большего количества снимков, представляющих похожий жест, но разными людьми и в разных ситуациях. Схожесть жестов при различии ситуаций указывает (при использовании закона единого согласия Милла (Mill), что их смысл не случаен, а закономерен. «Характер отношений, связывающий двух людей, не удастся идентифицировать посредством анализа того, как они презентуют себя другим только по одной причине - необходимо было бы собрать те ритуальные любезности в разнообразных типах контактов, которые их соединяют и в которых происходит взаимное распознавание» [62, p. 3].

Обобщая этот пример, Гофман пишет: «Различные образные иллюстрации одной и той же темы включают в один домен разнообразные фоны и контексты, подчеркивая многообразные различия, но в то же время показывая один и тот же образец. Глубина и широта этих контекстовых различий определенным способом производит ощущение общей структуры. (...) За бесконечно изменяющимися конфигурациями сцен можно заметить отдельную ритуальную идиому, за множеством различий на поверхности - небольшое количество структурных форм» [62, p. 27]. Но и так наверняка не удастся выйти за границы определенного сообщества и его культуры с его имплицитно свойственными ассоциациями или стандартами интерпретации. Следовательно, не стоит искать единственную «правильную» интерпретацию. Достаточно, что столкновение с убедительными интерпретациями «обостряет наше визуальное воображение» [73, p. viii].

## *Глава 6*

### **Теоретические аспекты визуальной социологии**

Каждый, кто фотографирует или рассматривает фотографии, делает это исходя из определенных, принятых более или менее сознательно предпосылок, например, что и как фотографировать или что стоит посмотреть интересного, впечатляющего, прекрасного на фотографическом снимке. Можно сказать, что фотограф принимает определенные «простые теории» относительно фотографируемого мира, которые влияют на его действия. Это касается как любителей, так и профессионалов. По мнению Пьера Бурдьё: «Даже, когда сущность и развитие технологии фотографии стремятся к тому, чтобы все оказалось объективно "фотографируемо", фактически из теоретически бесконечного количества фотографий, которые технически возможны, каждая общественная группа выбирает законченную и вполне определенную область фотографических объектов, видов фотографии и способов композиции» [25, р. 6]. Это делается не случайно, а исходя из «простых теорий», «принятой философии фотографии, в соответствии с которой только некоторые объекты и только в определенных случаях достойны фотографирования» [25, р. 80-81]. Когда выполнение и интерпретация фотографий предпринимаются в исследовательских целях, вместо простых теорий возникают как источник предпосылок, принятых исследователем, вполне определенные и осознанно принятые научные теории.

#### **6.1. Фотография и социологическая теория**

СОЦИОЛОГ, вторгаясь на территорию визуальной социологии либо как фотограф, либо как интерпретатор фотографии, привносит собственные теоретические убеждения: принятые онтологические предпосылки в отношении общества и принятые эпистемологические предпосылки в отношении соответствующих способов познания общества. Такие теоретические убеждения определяют,

во-первых, что фотография вообще - полезный, дополняющий инструмент познания, а во-вторых, что именно нужно фотографировать или интерпретировать. Как пишет Говард Беккер: «Мы не фотографируем то, что для нас неинтересно или не имеет значения. То, что может иметь значение и быть интересным, является функцией теорий, которые мы принимаем в отношении того, что является предметом нашего исследования» [17, р. И3]. Только тогда, когда наша теория учитывает непосредственно наблюдаемый слой социальной жизни, когда мир, о котором она говорит, является по меньшей мере миром визуальным, фотографический метод обретает смысл и применение.

В свою очередь, когда теория принимает во внимание уже категории визуальных явлений, то от ее конкретного содержания зависит, на чем сосредоточить внимание, как эти явления зафиксировать, какие аспекты подчеркнуть, а какие отбросить. Только теория может преобразовать хаос зрительных впечатлений в «социологические визуальные данные» [43, р. 4]. В то же время разные теории визуального мира могут представлять этот мир совершенно по-разному, различными способами определяя визуальные данные. «Анализ визуальных явлений ограничен принятыми теоретическими рамками» [6, р. 3]. Поэтому визуальная социология находит инспирацию только в некоторых течениях социологической теории и могла появиться только тогда, когда благоприятствующие ей теоретические течения приобрели сильное влияние на социологическое мышление.

Фотография не только инспирируется теорией, которая указывает ей что и как фотографировать, но и может влиять на теорию. В отношении социологических теорий фотография, существующая или сделанная социологом, может, вообще говоря, выполнять двоякую роль. Во-первых, эвристическую, предлагая новые гипотезы, новые понятийные категории, более выразительно иллюстрируя вербальные формулировки. Таким образом, она может способствовать обогащению и развитию теорий. Во-вторых, она может выполнять проверочную, доказательную роль, предоставляя эмпирические свидетельства, подтверждающие гипотезы или утверждения, сформулированные в рамках теории. Однако сама сущность фотографического образа как продолжения человеческого глаза предполагает, что обе эти роли фотография может играть в отношении только определенной теории, а не всех теорий вообще. Существуют теории, для которых эти роли фотографии и могут не иметь ни малейшего значения.

Какими чертами должна обладать социологическая теория, чтобы использование фотографии стало правомочным? В исто-

рии социологии существует важное разделение на так называемую первую и вторую социологию. Оно имеет хронологический и аналитический смысл. Самая ранняя классическая социология Огюста Конта, Герберта Спенсера, Карла Маркса была прежде всего теорией больших общественных систем (организмов), сформированных на собственном специфическом уровне, как бы над миром повседневной жизни обычных людей. Таким системам приписываются их собственные, особые черты и закономерности, не редуцированные до черт и закономерностей своих составляющих - человеческих личностей. Их деятельность наделяется своеобразным смыслом - целью и направлением, трактуемым как общественная эволюция или общественное развитие. В современной социологии продолжением первой социологии является, например, структурно-функциональный анализ Талкотта Парсонса (Talcott Parsons) или другие разновидности теорий общественных систем.

Вторая социология родилась вместе с антиорганическим и антиэволюционным переломом, начатым Максом Вебером. Предметом социологии становится деятельность людей или поведение, наделенное значением, и особенно общественная деятельность (названная позднее интеракциями), в которой люди устанавливают взаимные контакты друг с другом. Всякие общественные образования (группы, общины, национальности, государства и т.п.) трактуются как эманация или устойчивый эффект массовой или коллективной деятельности людей. Такое подтверждение категорий деятельности можно найти, например, у Томаса Лукман-на: «Человеческая жизнь, обычная повседневная человеческая жизнь - это цепь действий. Независимо от того, чем она может быть еще, она прежде всего связана с секвенцией проектов, реализованных более или менее удачно отдельными человеческими личностями. Так как деятельность представляет собой субъективные достижения или поражения, она имеет значение как проекты, достижения, поражения для личностей, которые этой деятельностью занимаются, а также, естественно, для всех других, на которых она оказывает влияние тем или иным способом (...) Любые общественные науки в конечном итоге базируются на том фундаментальном и конститутивном свойстве их предмета исследований, которым являются элементарные повседневные значения человеческих действий (...) Действие, как наделенное значением поведение, представляет собой предпосылку и фундамент общественных наук» [90, p. 17].

В результате базовым методом социологии становится анализ действий, а в особенности получение психологического либо куль-



турного значения, которое с ними связано. Вместо естественного внешнего объяснения постулируется понимание - герменевтическая или структуральная (культурная) интерпретация действий. В современной социологии вторая социология становится доминирующим направлением. Она содержит среди прочих такие направления, как гуманистическая социология Флориана Знанецкого, символический интеракционизм Джорджа Мида, феноменологическая социология Альфреда Шютца (Alfred Schtuz), драматургическая социология Ирвинга Гофмана (Erving Goffman) или этноме-тодология Гарольда Гарфинкеля (Harold Garfinkel).

Таким образом, если мы ищем теоретические инспирации для визуальной социологии, то найдем их прежде всего во второй социологии - «этой традиции, находящей выражение во множестве разновидностей, которая в качестве исходной избирает действующих людей, составляющих общество, а не общественные системы и институты, которые являются произведениями их действий» [145, р. 49]. Фотографический образ запечатлевает только то, что зрительно различимо, наблюдаемо, фотографируемо. В области общественной жизни он может представлять людей, их действия и материальные эффекты человеческой деятельности. Ни одной из этих трех категорий наблюдаемых объектов не занимается первая социология. Ее характерные объекты: общественные организмы, системы, их функционирование, рост или развитие - абстрактные конструкции, теоретически различаемые только на уровне понятий. При их исследовании фотография не может найти никакого применения. Совершенно по-другому представляются возможности фотографии в перспективе второй социологии. Это действующие люди и созданная либо преобразованная ими цивилизационная или техническая среда появляются в нашем живом, непосредственном визуальном ощущении. Представление этого на фотографии не только возможно, но и может принести познавательную пользу, которую мы проанализировали в предыдущих главах. Поэтому инспирации для социологической фотографии мы должны искать в направлениях второй социологии.

Аналогична и дифференциация социологических теорий: те, которые занимаются абстрактными общественными процессами (глобализацией, модернизацией, урбанизацией, миграцией, пауперизацией и т.п.) и функционированием общественных организаций или институтов, и те, которые концентрируют внимание на повседневной жизни человеческих коллективов. Действительно, хотя сами абстрактные процессы или функционирование организаций не воспринимаются непосредственно, определенные проявления или симптомы этих абстрактных категорий могут быть предме-

том фотографической регистрации. Мы можем фотографировать рекламу международных корпораций как проявление глобализации, современные автострады как проявление модернизации, дымящиеся заводские трубы как проявление индустриализации, небоскребы как проявление урбанизации, лагеря беженцев как проявление миграции или компанию бездомных как проявление пауперизации. Однако непосредственно мы можем заметить только то, чем занимаются теории повседневной жизни: человеческие действия и интеракции, а также окружающую среду «мира жизни». Как утверждают многие современные социологи, именно эта область является онтологически первичной, фундаментальной. Все остальное - это надстроенные на ней абстрактные конструкты [90, p. 17]. Поэтому только этот второй тип теорий важен для визуальной социологии.

Социология повседневной жизни понимается двояко. Иногда ее считают очередной субдисциплиной социологии (так же, как социологию труда, промышленности, семьи, города и т.п.). Однако это неправильно. Ведь в каждой из перечисленных для примера субдисциплин появляется наряду с другими и аспект повседневной жизни. Работа - это наша повседневная активность, индустриализация создает контекст нашей повседневной жизни (например, в позитивном смысле давая нам электроэнергию, а в негативном -загрязняя среду). Значительную часть жизни мы проводим в семье, а наши повседневные действия в городе не такие, как в деревне. Каждая область явлений, исследованных социологией, имеет свое выражение и в повседневной жизни. Поэтому социологию повседневной жизни необходимо трактовать не как субдисциплину, а как точку зрения, применяемую в каждом социологическом исследовании [112]. Дополним - как одну из точек зрения, одну из ориентации, к которой не редуцируется богатство общественной жизни, но которая имеет важное и, как мне кажется, возрастающее познавательное значение в новейшей социологии.

Быть может, интерес к визуальной социологии в конце XX в. связан с происходящими примерно в это же время изменениями позиций в разных областях общественных наук, которые иногда называют субъективистским возвратом или возвратом культурническим. «Несомненно, заинтересованность повседневной жизнью может быть связана с кризисом классических социологии, таких как позитивизм, марксизм или функционализм, и поражением их попыток рациональной организации разных аспектов общественного поведения в виде макромоделей и макросистем» [26, p. 42]. В социальной антропологии, например, «произошел отход от исследования абстрактных систем (структур родства, экономических

систем и т.п.) к анализу человеческого опыта. Результатом является фокусирование внимания на человеке; эмоциях и чувствах (...) Для антропологии это означало отход от формалистических и аналитических позиций - функционализма, структурализма и т.п. - к более феноменологической ориентации» [7, р. 9].

Дуг Харпер говорит об интерпретационной антропологии, которая «имеет корни в феноменологической социологии: уделяет особое внимание тому, как аборигены видят свой мир, оставляя в стороне, насколько это возможно, точку зрения этнографа», а также о герменевтике, «размышляя над способами, которыми аборигены кодируют и декодируют свои собственные сложные "тексты"» [71, р. 36]. Почти то же самое можно сказать о новейших тенденциях в социологии, когда культура понимается не как застывшая система правил, норм и образцов, а как живой, целостный способ бытия людей в мире. Существенным аспектом повседневного опыта является «создание и обмен значениями - переговоры о значениях - между членами общества или группы (...) Культура основывается на интерпретировании участниками их окружения и придании смысла миру приблизительно похожим образом» [115, р. 2]. Как мы уже говорили в гл. 1, в эпоху поздней современности большая часть значений создается и распространяется посредством образов. Социология повседневной жизни открывает перед визуальным анализом как повседневные способы жизни, так и способы передачи значений.

Существует еще одно различие социологических теорий, важное в данном контексте, - теории макро- и микрошкал. Предметом первых являются большие объекты: нация, государство, армия, город, партия, общество, организации и т.п. Вторые концентрируют внимание на объектах меньшего размера: небольших группах и коллективах, локальных общинах. Человеческий глаз и объектив фотоаппарата имеют свое ограничение шкалы, в которой они воспринимают или регистрируют. Нельзя увидеть народ, а только граждан, нельзя увидеть государство, а только чиновников, нельзя увидеть армию, а только солдат и т.д. В кругу макросоциологии предметом фотографической регистрации могут быть только косвенные отдельные фрагменты или элементы тех целостных объектов, которыми она напрямую занимается. В микросоциологии вся область открыта для наблюдений и фотографической регистрации. Следовательно, инспирацию для визуальной социологии мы получим не в области макросоциологии, а в области микросоциологии.

Таким образом, мы приходим к выводу, что среди социологических теорий те, которые могут быть использованы визуальной социологией и одновременно сами использовать эвристически

либо доказательно фотографические снимки, должны выполнять три условия: (а) принадлежать ко второй социологии, а значит, социологии действий; (б) принадлежать к социологии повседневной жизни; (с) размещаться в рамках микросоциологии. Из социологических теорий три наиболее полно выполняют эти условия: феноменологическая социология Альфреда Шютца, этнометодология Гарольда Гарфинкеля и драматургическая социология Ирвинга Гофмана. Предметом первой является «мир повседневной жизни», предметом второй - «общественный порядок обычного вечного общества», а предметом третьей - «интерактивный порядок». Рассмотрим эти теории.

## 6.2. Феноменологическая типология

Альфред Шютц (1899-1959), австриец по происхождению, который почти всю свою профессиональную жизнь провел в Соединенных Штатах, считается ведущим представителем феноменологической социологии. Его работы являются попыткой синтеза философских концепций Эдмунда Хассерла (Edmund Husserl) и социологической теории Макса Вебера. От Вебера он почерпнул тезис о фундаментальной роли человеческих действий в конституировании общества. «Мы всегда можем сослаться на "забытого героя" общественных наук - действующей личности в общественном мире, действия и ощущения которой лежат в основании всей системы» [123, p. 269]. Центральным объектом рассуждений становится почерпнутая у Хассерла (Husserl) идея «мира жизни», который представляет собой опыт всего человечества. Своими действиями люди определяют мир жизни, их действия ориентированы на этот мир, он представляет собой тест эффективности их действий. «Мир повседневной жизни - это одновременно сцена и предмет наших действий и интеракций (...) мы работаем и функционируем не только в пределах, но и в отношении этого мира. Наши телодвижения направлены внутрь этого мира, модифицируя или изменяя его предметы и их взаимоотношения» [123, p. 73]. Как объясняет издатель работ Шютца: «Мир жизни - это в простейшем виде вся область повседневного опыта, ориентации и действий, посредством которых личности решают свои дела и удовлетворяют интересы, пользуясь предметами, устанавливая контакты с другими людьми, составляя и реализуя планы» [145, p. 14-15].

Сосредоточение исследований на человеческой деятельности и на мире повседневной жизни гарантирует, по мнению Шютца, что

«социология не заменит реального общественного мира несуществующим, сконструированным научным наблюдателем». Социолог не может утратить контакт с реалиями общества: «Мы хотим открыть, что делается в реальном мире, а не в фантазии нескольких изошренных эксцентриков» [123, р. 314]. Его амбицией является построение социологии как науки, которая была бы способна объективно понять субъективный по сути мир социального опыта людей.

Каждая личность создает свой собственный мир жизни. Его форму определяют три фактора. Во-первых, ситуационные обстоятельства, которые личность распознает как внешние детерминанты, с одной стороны, ограничивающие возможные действия, а с другой - стимулирующие деятельность определенного типа. В сферу деятельности вовлечены определенные личности, и предметы, другие люди, которые имеют свои собственные цели, замыслы и мотивации, а также самые общие нормативные правила, запреты и предписания определенного поведения. Во-вторых, каждая личность имеет уникальный собственный опыт, определяющий ее цели, намерения, оценки ситуации. В-третьих, каждая личность располагает уникальным «запасом подручных знаний», к которому она обращается, предпринимая действие, «который дает схему интерпретации ее прошлого и настоящего опыта, а также предугадывает события, которые могут произойти» [123, р. 74]. Этот запас дифференцирован и каждый раз ранжируется, определяя более или менее важную информацию для разных видов деятельности. «Селекция интересов организует для меня мир по уровням большей или меньшей важности» [123, р. 100].

Следовательно, мы имеем, во-первых, мир непосредственного контакта, наблюдаемый и поддающийся нашему вмешательству -здесь мы действуем и реализуем наши проекты. Во-вторых, сферы наших действий, которые мы должны иметь в виду, но на которые не можем оказать влияния. В-третьих, сферы, которые в данный момент не оказывают влияния на наши проекты, но которые могут подвергнуться модификации, порождая новые риски, угрозы и ограничения. Мы можем их игнорировать в своей деятельности, но только до поры. И, наконец, в-четвертых, мы имеем сферы, которые были, есть и будут несущественны для наших действий, о которых мы можем спокойно забыть [123, р. 112].

«Подручные знания», которыми мы пользуемся в деятельности, имеют также концентрический характер. «Существует относительно небольшое ядро знаний, которое имеет ясный, четкий, связный характер. Это ядро окружено сферами разной степени неясности, мутности и многозначности. Далее появляются сферы, которые

трактуются как убеждения, преувеличения, домыслы (...) И наконец, есть сферы нашего полного невежества» [123, р. 74]. Запас знаний и его внутренняя структура подвергаются постоянному изменению. Практически каждый опыт в мире жизни вносит в него коррективы, обогащает или подтверждает его.

Все три детерминанты своего мира жизни: ситуационные обстоятельства, личный опыт и запас знаний — личность черпает из общества, из своего отдельного коллектива (культуры), преобразуя их индивидуально и придавая им собственную, частную интерпретацию. Материалам своего мира жизни, полученным от коллектива посредством постоянных контактов с другими, личность придает своеобразный смысл. Несмотря на то, что эти материалы всегда имеют свою физическую форму, они «должны быть вещами, которые можно заметить, звуками, которые можно услышать, или другими явлениями, доступными чувственному восприятию человека» [145, р. 19], их сущность кроется в значении, которое они имеют, и в способе, которым личность распознает это значение. Следовательно, мир жизни является, с одной стороны, миром, генерированным обществом, а с другой - миром значащим.

Способом, которым переносятся значения, Шютц называет заметки, указатели, знаки и символы. Заметки - это частные «субъективные напоминания» чего-либо, что будет снова важным в действиях личности, временно прерванных какой-то иной деятельностью, например закладка в читаемой книге, зарубка на дереве в месте, где надо повернуть к источнику, и т.п. Указатели - это предметы либо явления, присутствие которых закономерно связано с какими-то другими предметами или явлениями, например молния как указатель грома, дым как указатель огня, следы в лесу как указатель присутствия животных, бледность лица как указатель анемии и т.п. «Знание указателей имеет большое значение с практической точки зрения, поскольку дает возможность личности нарушить границы мира, находящегося в ее достижимости, связывая элементы внутри этого мира с элементами вне него» [123, р. 101]. Знаки - это предметы или способы поведения, специально созданные для передачи другим какого-то содержания, какого-то послания. «Знак по своей сущности есть то, что личность использует для выражения субъективных переживаний» [123, р. 103]. Чтобы знаки могли служить коммуникации, передающий и принимающий должны понимать их одинаково, а следовательно, пользоваться одной и той же системой знаков, оставаться в границах одного и того же горизонта значения. Наиболее сложной системой знаков является язык. Символы - это в понимании Шютца знаки второго уровня, метазнаки либо знаки знаков, область религиозной, маги-

ческой, художественной, поэтической, логической, а также научной символики.

Оригинальным является указание Шютца, что язык социологии находится на этом втором символическом метауровне, так как предметом социологии является мир, уже по природе значащий, наделенный действующими людьми значениями в рамках сконструированных ими миров жизни. «Следовательно, конструкты общественных наук являются, можно сказать, конструктами второго уровня, а именно конструктами конструктов, построенными самими актерами на общественной сцене, поведение которых социолог старается рассмотреть и объяснить в соответствии с процедурными правилами его науки» [123, р. 273; 90, р. 28]. Социолог всегда должен ответить на два вопроса: «Что этот общественный мир значит для меня, наблюдателя? и Что этот общественный мир значит для наблюдаемой личности, действующей в этом мире, и что она хочет сказать своими действиями?» [145, р. 44].

Значениями обмениваются люди, входящие между собой в интеракцию и общественные отношения, важнейшей формой которых являются непосредственные контакты лицом к лицу в присутствии других. «Мир моей повседневной жизни ни в коем случае не является моим частным миром, а является миром интересубъективным, разделяемым другими людьми, опробованным и интерпретированным другими - словом, миром, общим для всех нас» [123, р. 163]. Для каждой личности существование других есть очевидный факт, который он без раздумья принимает во внимание. Другие являются составляющими моей ситуации, так же как я являюсь элементом их ситуации. Человек непосредственно видит и чувствует тела других, их физические движения, звуки, которые они издают [145, р. 31]. В мире жизни, всегда заполненном другими людьми и их действиями, протекает межчеловеческое общение, создается домен интересубъективности над индивидуальными намерениями или мотивациями каждого из партнеров. «Общество устанавливается через коммуникации, в которых мы обращаемся к другим как к особам, которые обращаются ко мне, и обе стороны осознают это» [123, р. 165].

Для коммуникаций используются разнообразные средства. Наряду с устной коммуникацией (речью) Шютц выделяет коммуникацию с помощью экспрессивных жестов и визуальной презентации. «Нахождение в общем пространстве позволяет партнерам воспринимать экспрессию тела не только как объективное явление внутреннего мира, но и как сам коммуникационный процесс» [123, р. 207]. Особое внимание обращается на «жесты приветствия, выражения уважения, одобрения, осуждения, унижения, отдания

чести и т.п. В отношении визуальной презентации Шютц развивает мысль Хассерла: «в отличие от знаков иного рода, образ находится в отношении сходства, тогда как большинство других знаков (за исключением, например, ономотопии) не имеют общего содержания с тем, что они означают. Поэтому многие авторы подчеркивают "арбитражность" лингвистических знаков» [123, p. 209]. Образ всегда имеет многозначный смысл. Он имеет определенные геометрические или графические формы, цвет и т.п. Эти формы, в свою очередь, складываются в представления определенных объектов или явлений, особенно фигур людей, их движений, действий. Наконец, наивысший уровень - символическая интерпретация: отношение к тому, что мы видим в образе, как к выражению религиозных верований, художественных стилей или социологических идей (например, как символических знаков социального неравенства, девиаций, маргинализации).

Некоторые составляющие мира жизни вытекают из биологической кондиции человека. Везде встречаются возрастные группы, дифференциация пола, определенное разделение труда, сеть родственных отношений и др. Но большинство из составляющих нашего мира жизни сформировано культурой и поэтому культурно дифференцировано. «Каждый, кто родился или воспитывался в группе, принимает готовые стандартизованные культурные схемы, которые передаются ему предками, учителями и авторитетами как неоспоримый и неоспариваемый проводник во всяких ситуациях, которые часто случаются в общественном мире» [123, p. 81]. Это своеобразные «рецепты» поведения в типовых жизненных ситуациях, существенных для типичных актеров. Люди применяют их неререфлексивно, как очевидные в рамках их «естественной концепции мира», черпая из этого ощущение уверенности и безопасности. Характерным для нашего взгляда на мир является процесс типологизации, в соответствии с которым предметы, явления, впечатления мы упорядочиваем в определенные связанные типы и затем включаем определенные рецепты в зависимости от дефиниции ситуации или идентификации типа, с которым имеем дело: это собака, это иностранец, это драка, это уличная демонстрация. Другой является ситуация для «чужого», члена отличающейся культуры, который должен распознать эти рефлексивные аналитические рецепты, чтобы научиться к ним приспосабливаться и временами преобразовать в рефлекс. Отличным примером является различие между использованием родного языка и обучением иностранному языку. Межкультурный контакт или столкновение культур позволяет наблюдать отличия рецептов и помех в интеракциях людей, использующих разные рецепты и противоречивые типологизации.



Развивая мысль Вебера, Шютц указывает, что главным содержанием мира жизни является человеческая деятельность. Однако здесь он вводит определенное тонкое разделение: «Поведение, "обычное выполнение чего-то" — это всякие научные, традиционные, эмоциональные, спонтанные формы экспрессии. "Действие" — это интенциональная, руководимая определенным проектом работа, направленная на реализацию некоей цели. Среди действий выделяется труд, или "действие на внешний мир", опирающееся на некий проект и характеризующееся намерением привести его к проектируемому состоянию вещей посредством движений тела» [123, р. 126]. По Шютцу, эта самая телесность, осязаемость, а затем и наблюдаемость понимаемого таким образом труда «делает его наиболее существенным фактором, конституирующим реальность мира повседневной жизни».

Через всю приведенную выше и по необходимости сокращенную презентацию концепции Шютца прослеживается одна мысль, особенно существенная для визуальной социологии: физическая форма, телесность, а затем и зримость, непосредственная доступность, наблюдаемость многих аспектов мира повседневной жизни. Как пишет Зигмунт Бауман: «Шютц трактует людей, присутствующих в мире жизни (там также присутствуют и другие объекты), как данные, вещи "под рукой", составляющие жизненной рутины, редко, в общем, дающие повод для трактовки их как объекта целевой рефлексии. Обычно мы сами справляемся с ними в процессе жизни как с устоявшимися фактами, не задерживаясь ни на минуту для рефлексии» [16, р. 196]. Не случайно Шютц придает большое значение методу наблюдения.

Для наблюдателя другой человек точно так же присутствует в физическом смысле, как и для кого-то, с кем этот человек участвует в общественных отношениях. Наблюдатель может слышать его слова, может видеть его жесты, располагает большим количеством указателей его внутреннего состояния, как и в случае непосредственного взаимодействия» [123, р. 196]. Наблюдатель может пользоваться тремя стратегиями. Во-первых, может поставить себя в ситуацию наблюдаемого, вспоминая подобные действия и предполагая, что мотивации наблюдаемого и его собственные могут быть схожими. Во-вторых, он может обратиться к своим знаниям о культуре, обычаях, рецептах, типологизациях, применяемых в мире наблюдаемого, и приписывать ему мотивации, типичные для его культуры. В-третьих, он может наблюдать, к каким заметным эффектам приводит действие наблюдаемого, и предположить, что эти эффекты соответствуют тому, что было намечено [123, р. 197-198]. Более сложный характер имеет интерпретация взаимодействия

двух и более партнеров. Она требует повторения подобных процедур в отношении каждого из них, а особенным вызовом становится ситуация, когда партнеры принадлежат к разным культурам и мы наблюдаем диссонанс их взаимных ожиданий и стремлений, что может сделать невозможной для обоих реализацию своих намерений [123, p. 199].

Онтологические предпосылки, равно как и методологические импликации социологии Шютца, открывают широкое поле для использования фотографии. Огромная часть того, что делается в мире повседневной жизни, воспринимается зрительно, и, по крайней мере, потенциально доступна для фотографической регистрации. Такая регистрация представляется полезной для закрепления общественных ситуаций и проведения тщательного анализа в категориях, введенных Шютцем. Подобную пользу можно извлечь из имеющихся фотографий, подвергая их интерпретации, выявляющей скрытые на первый взгляд, незначительные аспекты. Следовательно, фотографический снимок может указать: (a) вид действий, предпринятых участником, в особенности разные стороны труда в широком понимании Шютца, т.е. телесной активности, направленной на предметы; (b) «телесные движения - состояние покоя, движения, действия»; (c) материалы мира жизни, т.е. разнообразные предметы, используемые людьми; (d) ситуационные обстоятельства действующих личностей, являющиеся, как можно предположить, предметом их перцепции и ориентации, (e) запас подручных знаний, который можно определить по уровню сложности или профессиональности действий; (f) сигналы смысла, принимаемые действующими личностями, в виде имеющихся на снимке заметок, указателей, знаков и символов; (g) акты межчеловеческой коммуникации в процессе взаимодействия: экспрессия тела, жест, гримаса, выражение лица и т.п.; (h) культурные рецепты и типо-логизации, которые можно воссоздать с помощью серии снимков, показывающих униформизацию поведения в похожих ситуациях; (i) диссонанс культурных рецептов между участниками культуры и аутсайдерами, что найдет выражение в хаотичности, несвязности, нелогичности наблюдаемой (или фотографируемой) сцены.

### 6.3. Этнометодология

Как утверждает Зигмунт Бауман, именно Шютц «создал теоретические предпосылки этнометодологии, постулированной как программа эмпирических исследований» [16, p. 188]. Наряду с этим

в качестве источника этнометодологии можно назвать работы Флориана Знанецкого (особенно [153]) и Талкотта Парсонса [105]. Создатель этнометодологии Гарольд Гарфинкель (1917 г.р.) после учебы в Гарварде большую часть профессиональной жизни вплоть до пенсии провел в Калифорнийском университете Лос-Анжелеса, где создал сильную и влиятельную научную школу. В 1967 г. он опубликовал программную работу [53], которая стала темой широких теоретических дебатов сначала в американской социологии, а затем и в мировой. Тридцатью пятью годами позже он подытожил достижения школы в книге [54] под редакцией своей ученицы Анны Роулс.

Этнометодология встретила живой отклик в социологической среде, так как она касается самих основ дисциплины, ее задач, роли и методов. Этнометодология выступает с радикальной критикой социологии, основанной на абстрактных понятиях и моделях, подвергающихся верификации в массовых исследованиях с использованием утонченных статистических процедур. В такой социологии, которую Гарфинкель называет формальным анализом, общество представлено как масса отдельных личностей и хаос их действий, порядок в который вносит только социолог, применяя к агрегированной информации о личностях свои абстрактные понятия и гипотезы. «В формальном анализе популяция трактуется как свойства посчитанных тел и многомерная демография. Ее свойства получены с помощью анализа переменных, квантифицированных аргументов и причинных структур» [114, р. 92]. Следовательно, здесь общественный порядок является конструктом социолога, а не конкретным свойством общественных ситуаций, «общественный мир понимается как принципиально неупорядоченный, а порядок может быть установлен единственно в результате использования научного метода» [114, р. 23]. Иногда говорится об исследовательской стратегии «сверху вниз».

Однако, отрицая такой подход, этнометодология предлагает позитивную новаторскую программу, идущую значительно дальше общественной феноменологии Шютца. Она утверждает, что общественный порядок создается в спонтанных повседневных действиях членов общества, посредством которых люди взаимно согласовывают смысл общественной реальности. «Существует порядок в самых обычных действиях повседневной жизни, в ее полной конкретности, или, иначе, ее непрестанно процедурно создаваемой когерентности упорядоченных подробностей явлений» [54, р. 96]. Это не социологи, а обычные люди (этнос) создают общественный порядок, используя в повседневной жизни своеобразные практики и стратегии (методы) установления смысла.

Подробное и конкретное исследование таких этнометодов, способов создания общественного порядка обычными людьми в их обычной жизни должно быть основной задачей социологии. Как указывает комментатор работ Гарфинкеля, эта новая ориентация «требуется не больше, и не меньше как отбросить убеждения, что работа в общественных науках, таких как социология, основывается на исследовании позитивных неизменных законов общественного порядка. Здесь этнометодология налагает обязанность исследования практических методов, с помощью которых самые обычные люди создают рациональные основы своих упорядоченных общественных систем» [87, р. xi]. Анализ конкретных общественных практик должен привести к разрешению наиболее абстрактных «больших» проблем общественной теории, таких как проблема смысла общественной жизни или истоков общественного порядка (повторяемости, стабильности, когерентности, прогнозируемости действий, предпринимаемых коллективами людей). Иногда здесь говорится о стратегии «снизу вверх».

Программа Гарфинкеля наиболее близка к тому, что можно назвать парадигматическим переломом в социологии. Сам Гарфинкель утверждает, что предвестником этого перелома был уже Эмиль Дюркгейм, трактующий общественные факты «как вещь». Девизом этнометодологии становится мнение Дюркгейма: «Объективная реальность общественных фактов является для социологии явлением фундаментальным». По мнению Гарфинкеля [54, р. 65-66], этот тезис нужно понимать дословно, а не только метафорично, как делало большинство комментаторов Дюркгейма, сводя ее к методологическому постулату, требующему безусловной, свободной от предубеждений исследовательской позиции. В то же время здесь речь идет также об онтологической сущности общественных фактов, их конкретности, доступности исследованию, наблюдаемости. Как пишет на своем неповторимом и запутанном языке создатель этнометодологии: «Программой задачей этно-методологических исследований является установление естественной локализованной активности, основывающейся на производстве и описании общественных фактов бессмертного обычного общества. Это "вещи" социального порядка - обособленные явления порядка обычного общества, о которых, в сущности, и говорил Дюркгейм» [54, р. 66].

Следовательно, предметом этнометодологии является мир повседневной жизни, «обычное общество, в конкретности, в живых деталях, в выделяющихся подробностях, уникальным образом упорядочивающих обычное общество, эндогенно созданное и локализованное, неизбежное и забытое [социологами главного на-

правления]» [54, р. 67]. «Обычное общество» — это категория, охватывающая все уровни общественной жизни, от наиболее сложных, макрообщественных до наиболее простых, микрообщественных. На всех этих уровнях происходит постоянное генерирование общественного порядка и придание значения общественным ситуациям. От практик, конструирующих порядок и смысл общественной жизни, убежать невозможно. В них участвуют все, без времени «на перерыв», без возможности уклониться. Но ключ к наиболее абстрактным макрообщественным формам порядка лежит всегда в локальных практиках, своеобразных для различных простых общественных ситуаций. «Явления общественного порядка состоят из живых, сиюминутных коллективных практик производства, указывания, наблюдения, распознавания, понимания и обоснования обычных явлений порядка бессмертного обычного общества, его обычных вещей, наиболее обычных вещей в мире» [54, р. 93].

Общественный порядок определяется не своим содержанием, очень дифференцированным, а своим процедурным генезисом в практиках участвующих членов общества. Важно не что, а как. Акцент на процедуры (практики) создания порядка и смысла во всяких общественных ситуациях - это отличительная ориентация исследований этнометодологии. Например, среди многих ситуаций (или, как говорит Гарфинкель, общественных сцен), которые анализирует этнометодология, можно перечислить: очереди в магазины, автомобильные пробки и волны движения, присоединение к движению на автостраде, переход через улицу на перекрестке, аплодисменты как выражение одобрения, очередность говорящих в беседе, согласование вердикта присяжными, обсуждение гипотез учеными в лаборатории или астрономов в обсерватории, совместная прогулка в парке, приветствие группы знакомых в вестибюле ресторана, импровизация джазовых музыкантов, массовые игры и т.п. Во всех этих случаях мы встречаемся со своеобразными «автохтонными практиками» придания порядка и смысла, координации, переговоров и согласования активности «когорты людей», которые в этих ситуациях участвуют. Участники этих ситуаций пользуются своеобразными «указателями», сигнализирующими другим о смысле ситуации и внушающими свойственные ей практики. Это как бы ключи для правильной идентификации ситуации участниками, что является условием скоординированных, осмысленных практик. Это может быть, например, наряд, мундир, жест, поза, интерьер, топография территории и т.п.

Процедуры создания порядка и смысла имеют, главным образом, нерелексивный характер, выполняются спонтанно участии-

ками общественных ситуаций, а сам конструируемый ими порядок приобретает признаки реальности. Один из представителей этно-методологии Харви Сакс (Harvey Sacks), исследуя патрулирование улиц полицией, заметил, что у полицейских со временем складывается определенный образ нормального внешнего вида района, где они работают, когда все происходит «как обычно». Только на этом фоне, трактуемом как очевидная ситуация, не привлекающая внимания в рамках поведения, их могут удивить отклонения, когда случается что-то необычное, не соответствующее контексту, когда «что-то здесь не так», например грузовик, припаркованный возле магазина ночью, кто-то скрывающийся в подворотне с мешком на спине, разбитое стекло в магазине. Неосознанно они применяют в своей работе этнометодологическую стратегию «поиска несвязности» [6, р. 64]. Вспоминается известная сценка в фильме Ан-тониони «Приключение», когда на снимке из парка фотограф заметил в кустах руку с револьвером, что позволило ему предотвратить преступление.

Следовательно, только нарушение процедур или возмущение порядка позволяет показать, что порядок является не чем-то данным, а лишь «достижением» членов общества, постоянно воспроизводимым в «бессмертном», неизменно, вне поколений существующем обществе в их конкретной коллективной практике. «Открытие как упорядочение мира может исчезнуть, выявляя способы, с помощью которых мир был создан с самого начала» [114, р. 33].

Этнометодология обращает особое внимание на такие нарушения порядка, а также сама их вызывает как эвристический источник открытия практик, конструирующих порядок. «Все, что нарушает или прерывает процесс и выявляет работу, которая проводилась для создания когерентной формы реальности, названо Гарфинкелем "разрывом"» [114, р. 22]. Следовательно, анархия, хаос, диссонанс в рамках общественных ситуаций или парадоксальность, несоответствие, девиантность определенного действия трактуются этнометодологией как особенно поучительные. Для дидактических целей, стремясь сделать наглядными тезисы этно-методологии, Гарфинкель сам вызывал такие нарушения в «экспериментах разрыва», например, вводя лишние смыслы высказывания в беседу. Удивление, изумление, негодование собеседника, когда, например, на вопрос «Как дела?» некто выдает подробные анализы своей крови, ясно показывают, на чем основывался бы нормальный разговор, в котором следовало бы банальное «Нормально, а у тебя?» Похожий эффект дает смешение «сцен», на которых происходит выработка порядка и смысла.

Представим себе, что университетский лектор начал вести себя так, как если бы он был на оперной сцене, - петь, танцевать. Такая ситуация перестает быть лекцией, ее порядок разбит, целостность прервалась. Здесь отчетливо видно, что вопрос, является ли нечто лекцией или нет, решает не присутствие определенных участников — студентов и профессора, а то, какие практики соответствуют лекции. Одни практики определяют лекцию, а другие практики - оперный спектакль. «С этой позиции существенные переменные кроются в сцене, а не в участниках. Каждый коллектив, появляющийся на отдельной сцене, только тогда может узнаваемо репродуцировать эту сцену, когда узнаваемо реализует те практики, которые определяют ее как сцену определенного вида» [114, р. 24]. Для этнометодологии «индивидуальные» участники общественной жизни, интересны ровно настолько, насколько они проявляют компетентность, необходимую для достижения распознаваемой продукции локального порядка, которая является предметом исследования» [114, р. 21].

С точки зрения визуальной социологии наиболее существенной чертой «обычного бессмертного общества», которое хочет исследовать Гарфинкель, является его непосредственная познаваемость, доступность наблюдению. «Гарфинкель сосредотачивается на наблюдаемых деталях конкретных общественных фактов» [114, р. 21]. Непосредственными свидетелями практик, устанавливающих порядок и смысл в общественной жизни, должны быть сами участники общественных ситуаций, взаимно распознающие и координирующие эти практики, которые являются для них «обоснованными». «Они наблюдаются в очевидных местах. Они наблюдаемы каждым и всеми, и каждый, и все являются их свидетелями или потенциальными свидетелями, от которых зависимы и которые требуются тогда, когда они не замечены другими. Они встречаются на улице и время частного разговора в спальне» [54, р. 245]. Как поясняет Роулс: «Общественные факты - это движения и звуки, замечаемые свидетелями действия, участниками общественных собраний, которые должны быть распознаваемы другими как действия особого рода, чтобы общественный процесс был понимаем участниками» [114, р. 21]. Эта непосредственная доступность локальных, конкретных, детальных практик создания порядка и придания смысла касается не только участников общественных ситуаций, но и исследователей-этнометодологов. Это особый исследовательский шанс. Общество - не скрытая абстракция, а конкретное явление здесь и сейчас. «Конкретность общественной жизни необходимо ценить, если мы хотим понять социальные явления (...) То, что общественно реально, все время находится прямо

перед нашими глазами (...) Детали общественного порядка должны быть увидены без понятийного или теоретического посредничества. Когда таким наблюдениям можно позднее придать понятийную форму, то начальные наблюдения, или перцепции, имеют не понятийный, а лишь конкретный характер. Задача аналитика - сохранить и передать эту конкретику» [114, р. 52]. Общественные факты появляются «не как знаки, указатели или символы общественного порядка и не являются интерпретациями знаков, указателей или символов. Они представляют общественный порядок. Они являются признаками общественного порядка» [54, р. 70]. Повышение чувствительности к локальным практикам создания порядка и смысла, их адекватное наблюдение может потребовать соучастия в данной общественной ситуации. Оптимальная ситуация базируется на том, что исследователь «обучается, чтобы стать компетентным практиком тех общественных явлений, которые он исследует» [114, р. 6], распознавая их как бы изнутри. В этом случае он получает, как это назвал Гарфинкель, «уникальную адекватность» своей перспективы.

В проведении такой конкретной, детальной, локализованной регистрации общественных фактов, которую требует этнометодология, фотография действительно может помочь. Представители этнометодологии оценили эти возможности, используя в своих исследованиях в основном видеотехнику. Однако познавательные возможности здесь гораздо шире, чем те, которые использовались до сих пор. В частности, выполненные специально или уже имеющиеся фотографии могут наглядно показать: (а) что делают люди в данных ситуациях, придавая им порядок и когерентность, т.е. какие предпринимают упорядочивающие и смыслообразующие практики; (б) в рамках каких общественных ситуаций они действуют; (с) какими указателями пользуются при взаимном согласовании смысла ситуации; (d) как выглядят разные общественные сцены в момент нарушения порядка: анархия на улице, паника в театре, парадоксальные контрасты и т.п.; (е) как происходит репродукция практик через поколения в обществе, что может быть замечено на серии снимков, сделанных в разное время и показывающих схожесть или идентичность типовых этнометодов. Фотографирование, равно как и интерпретация имеющихся фотографий, может дать богатую инспирацию в том оригинальном видении общества и социологического метода, которые предлагает этнометодология. А этнометодологии это может дать устойчивые реалистические, богатые подробностями и контекстом образы общественных ситуаций для дальнейшей тщательной интерпретации.



#### 6.4. Драматургическая социология

Третья концепция, имеющая огромное значение для социологии, - это так называемая драматургическая теория Ирвинга Гофмана (Erving Goffman, 1922-1982), американского ученого, профессора Университета Беркли, а в конце жизни Пенсильванского университета. Среди выдающихся социологов XX в. Гофман занял особое положение благодаря оригинальному исследовательскому методу и способу интерпретации результатов, приближенных больше к литературе, чем к научной социологии. Что по сей день восхищает и находит ему множество сторонников и последователей, так это необычная способность наблюдения и названия наиболее тонких проявлений повседневной жизни, вообще не осознанных самими действующими в обществе людьми, но становящихся вполне очевидными, когда они определены и описаны.

Наблюдая обычные проявления общественной жизни, Гофман видел больше, чем кто-либо до него. Его целью всегда было по возможности наибольшее приближение к «общественной природе» и ее наиболее точная фиксация» [148, р. 6300]. В нескольких книгах он последовательно описывал образ общества, который несмотря на это создавал у читателя в буквальном смысле визуальный образ. Как точно заметил Чарльз Лемерт [87, р. xxxvii], «его социология была в определенном смысле телевизуальной. То, что описывал Гофман своим особым образом, было прямым созданием воображения». Он так важен для визуальной социологии потому, что почти все понятия, введенные Гофманом, удается перевести в образ, наблюдать и фиксировать с помощью фотографии. Таким образом, они играют роль понятий, повышающих чувствительность и направляющих внимание как фотографирующего общественный мир, так и интерпретатора имеющихся фотографий. В переносном смысле Гофман предоставляет «микроскоп человеческих нюансов» [87, р. ix]. Этот метод микроанализа не очень сочетается с научными. Он широко пользуется интуицией и метафорой, черпает из повседневного опыта, обиходных наблюдений, анекдотов, газетных и литературных текстов, рекламы. Формулируя свое кредо, Гофман говорит: «Предполагаю, что свободная спекуляция на тему фундаментальной области человеческой активности лучше, чем слепота по отношению к ней» [58, р. 4].

Предметом своей социологии Гофман сделал «порядок взаимодействия» - все то, что делается в обществе, когда люди вступают в непосредственные взаимные контакты. Естественно, это не исчерпывает всех аспектов общественной жизни, но достаточно важно, чтобы стать отдельной областью знания социологии. «Фак-

том нашей человеческой природы является то, что повседневная жизнь большинства протекает в непосредственной близости других, иными словами, что бы мы ни делали, наши действия будут, вероятно, общественно обусловленными» [63, р. 236]. В простейших общественных ситуациях находится ключ к пониманию и более сложных сторон общества. «Исследователь может трактовать общественную ситуацию как естественный удобный наблюдательный пункт, из которого он смотрит на всю общественную жизнь» [62, р. 5]. Интеракции - именно то, что делается беспрестанно в «общественных ситуациях, а значит, в таких обстоятельствах, в которых две или более личности физически взаимодействуют» [63, р. 235]. Интеракции охватывают широкий спектр взаимно ориентированной активности - от мимолетного обмена взглядами до разговора или дискуссии. «В большинстве общественных ситуаций, встречаемых в нашем обществе, можно найти бесчисленные взаимные расположения людей, которые находятся вблизи друг друга» [62, р. 1].

Интеракция имеет два важных свойства, которые делают ее особенно плодотворным предметом социологического анализа. Во-первых, это повсеместное явление, встречаемое везде, во всех областях или контекстах общественной жизни. «Правила движения пешеходов могут одинаково хорошо исследоваться и в тесных кухнях и на заполненных улицах, законы прерывания беседы - на обеде и в зале суда, интимные обращения - в супермаркете и в спальне» [63, р. 236]. Во-вторых, интеракция - универсальное явление, которое в своих основных чертах происходит в каждом коллективе независимо от времени и места. «Под слоем культурных различий люди везде одинаковы (...) Каждое общество, если оно хочет быть обществом, должно мобилизовать своих членов на участие в саморегулирующихся встречах» [59, р. 44].

Прототипом интеракции, ее наипростейшей формой и, следовательно, своеобразным атомом общественной жизни является именно встреча - физическое совместное присутствие участников. «Мы должны ощущать, что находимся достаточно близко, чтобы другие видели, что мы знаем, что нас видят (...) Собрание - любое скопление двух и более лиц, но только тех, кто в данный момент непосредственно присутствует вместе с другими» [58, р. 18]. В собраниях мы все беспрестанно участвуем в течение всей жизни. Здесь протекает доминирующий поток общественной жизни. «Каждая личность принадлежит собраниям в большей степени, чем семье или клубу, больше, чем общественному классу или категории пола, больше, чем народу» [58, р. 248].

То, что происходит в течение встречи или собрания, удается понять с помощью аналогии с театром, драматургической метафо-

рой. Во время встречи или собрания в аудитории люди относятся к партнерам так же, как актеры на сцене. Они играют своеобразный спектакль частично спонтанно и неререфлексивно, руководствуясь интернализированными в течение социализации рефлексам поведения по отношению к другим, а частично моделируя свое поведение так, чтобы произвести на других наилучшее впечатление. Сутью этих действий является презентация самого себя, направляемая уверенностью, что партнер или аудитория могут ожидать, и, следовательно, «содержащая и визуализирующая официально признанные ценности общества» [63, р. 101]. Как актер в театре повседневной жизни, который хочет произвести впечатление на других, личность принимает во внимание своеобразный сценарий, написанный обществом (содержащийся в культуре) для разыгрываемой роли. «Играя роль, личность должна следить за тем, чтобы впечатления, которые она передает в данной ситуации, были согласованы с личными качествами, приписываемыми ей зрителями, и соответствовали роли: судья должен быть рассудительным и проникновенным, пилот должен владеть собой, бухгалтер должен быть точным и порядочным в своей работе» [63, р. 35]. В результате то, что презентуется другим, становится не столько аутентичной личностью, сколько личностью разыгрываемой [63, р. 23], в значительной степени идеализированной.

Такая манипуляция впечатлениями и идеализация самого себя для использования другими возможны потому, что для получателя впечатления представляют собой знаки чего-то, субституты реальных черт актера, а «знак присутствия чего-то, не будучи чем-то, может быть использован в отсутствие [своих десигнагов]» [63, р. 22]. Весь конкретный и своеобразно построенный личностью спектакль, разыгрываемый перед партнерами или аудиторией с использованием разнообразных знаков, представляет уникальную драматургическую реализацию. «В присутствии других личность обычно насыщает свою активность знаками, выделяющими либо указывающими такие факты, которые должны подтвердить ее образ и которые без этого могли бы остаться скрытыми и незамеченными» [63, р. 98]. Например, студент, который садится в первом ряду, смотрит в глаза лектору, понимающе кивает головой после каждого высказывания и усердно, демонстративно делает записи, стремится создать впечатление первого ученика, рассчитывая, что это будет учтено на экзамене.

В театре повседневной жизни театральными залами являются разнообразные общественные ситуации: местный бар, место работы, кухня, больница, аэропорт, супермаркет, жилище, городской рынок и т.п. [63, р. 239]. Среди них есть и такие, которые особенно

благоприятствуют установлению взаимодействия: бар, паб, дискотека, гостиничный холл [58, р. 134]. В границах общественных ситуаций происходят различные представления, общественные случаи (social occasions). «Это более широкие акции или случаи, растянутые во времени и пространстве, устойчивые границы которых облегчают их протекание» [58, р. 18]. Примеры: прием, пикник, вечер в опере, похороны, футбольный матч. Люди находятся в общественных ситуациях и участвуют в общественных мероприятиях индивидуально или коллективно, в одиночку, вместе с другими, шеренгами, процессиями, очередями и т.п. Участие требует взаимного приспособления к характеру случая. «Некто, появившись на пирушке абсолютно трезвый, будет иметь те же самые проблемы, что и пьяный в обществе трезвых» [58, р. 176].

В этих разных ситуациях актеры пользуются всем сложным «театральным снаряжением». Это прежде всего фасад - все непосредственно воспринимаемые аудиторией составляющие сцены, в первую очередь декорации, например, меблировка, композиция интерьера, пространственное расположение, разнообразные предметы и устройства. Как правило, они типовые для данной ситуации - в школе одни, в больнице другие, в учреждении третьи. Декорации могут быть типичными, естественными элементами ситуации, но могут быть и целенаправленно сконструированными для введения людей в заблуждение, как, например, роскошные офисы, арендованные на короткое время мошенниками, чтобы завоевать доверие клиентов, и ликвидированные сразу после завершения транзакции. Человек перемещается между разнообразными ситуациями (сценами) даже в течение одного дня.

Кроме того, человек располагает персональным «фасадом», который сопровождает его в разных ситуациях. К нему относятся такие воспринимаемые другими признаки, как возраст, пол, расовые или этнические черты, регалии профессии или ранга, рост, выправка, наряд, прическа, макияж, выражение лица и др. [58, р. 25]. К этому добавляются различные аксессуары, которыми пользуется человек: очки, зонтик, трость, бижутерия, рюкзак, часы и т.п. Все составляющие «фасада», как декорации, так и персональные черты, - носители значений [63, р. 98] или маркеры статусов, прежде всего возрастной группы, пола, расы и общественного класса. Мундиры и униформа могут указывать на профессиональную категорию: военного, полицейского или врача. В некоторых религиях, например в исламе или иудаизме, убор свидетельствует о вероисповедании.

Все эти признаки открывают возможность целенаправленной манипуляции, но в разной степени: сменить мебель в салоне легче, чем купить дом в аристократическом районе, легче изменить выражение

лица, чем цвет кожи, купить эксклюзивные часы легче, чем престижный автомобиль. Манипуляция фасадом основана на отмеченном ранее наивном, буквальном считывании знаков аудиторией, но «существуют знаки, которые не могут быть использованы для подтверждения существования чего-то, чего, в сущности, нет» [63, р. 103].

Драматургическая реализация посредством демонстрации «фасада» может быть предметом отдельных процедур, дополнительных по отношению к нормальному исполнению роли. Можно, например, хорошо исполнять профессиональную роль, не беспокоясь произвести на других особое впечатление. Более того, как пишет Гофман, «те, кто имеет время и талант, чтобы хорошо выполнять свои задания, по этой же причине могут не иметь ни времени, ни таланта, чтобы демонстрировать то, что они делают это хорошо» [63, р. 100]. Однако существуют такие профессиональные роли, для которых драматизация и презентация составляют интегральный элемент ее хорошей реализации. Гофман приводит примеры профессиональных боксеров, музыкальных виртуозов, полицейских.

С помощью действий, используя декорации и персональный «фасад», человек стремится показать другим свое лицо, т.е. образ самого себя, сформированный в соответствии с общественно признанными атрибутами [59, р. 5]. Потеря лица – это ситуация, когда какие-то действия человека противоречат его образу, являются диссонансом. Тогда человек старается вернуть себе лицо с помощью отдельных исправляющих интеракций, например извинений, объяснений, самоиронии и т.п.

Действия людей в общественной жизни, как и сценическое действие, происходят в рамках определенного пространства. Каждая личность занимает в пространстве определенное место, на которое приписывает себе право и к которому ограничивает доступ другим. Гофман [61] называет это собственной территорией. Он выделяет несколько ее разновидностей. Во-первых, такие, которые отчетливо размещены в пространстве и остаются в продолжительном обладании личности как признанная область ее исключительного пользования. На юридическом языке мы говорим о недвижимости. Примеры: дома, жилища, сады, возделываемые поля, дачные участки.

Во-вторых, территории, которые имеют публичный характер, доступны для всех, но которыми некоторое время владеют те, кто их использует и в этот период имеет на них исключительное право. На юридическом языке мы бы говорили о пользовании, найме, аренде или прокате. Примеры: теннисный корт, зарезервированный на определенное время, скамейка в парке, столик в ресторане, телефонная будка. Права на такую территорию можно сохранять,

даже покидая ее, но только на какое-то время, например оставляя чемодан на сидении в поезде, программку на кресле в театре, недопитый стакан в баре или открытую книгу на столике в библиотеке. Это все знаки, которые говорят «временно занято» и, как правило, их принимают во внимание другие. Гофман говорит об обозначениях (маркерах) [61, р. 41]. Существуют также обозначения границы между разными территориями, например поручень кресла в театре или разделительная рейка на ленте кассы супермаркета.

В-третьих, личность окружена определенным подвижным пространством, которое перемещается вместе с ней, - областью неприкосновенности или, как говорит Гофман, эгоцентричной территорией. В границах этого пространства люди пользуются разными личными предметами, которые носят с собой, например сумки, папки, рюкзаки, зонтики. Они образуют территорию обладания. В обоих случаях можно было бы говорить об охранной области, вход в которую для других ограничен и дифференцирован. Родственники, близкие друзья, партнеры интимных союзов имеют более открытый доступ, приближение на слишком малое расстояние случайных знакомых трактуется как компанейское *faux pas*, тогда как нарушение этой области чужими (например обрызгивание грязью проезжающим автомобилем, вырывание сумки, столкновение) трактуется уже как акт девиации, иногда даже как проступок или преступление. Размер этой области личной неприкосновенности обусловлен культурой и различен в разных обществах. Другие разделительные факторы - это «локальная плотность популяции; цель того, кто приближается; стационарное размещение кресел (например в театре или кинозале); характер ситуации и т.п.» [61, р. 31]. Все это определяет, будет ли чрезмерное приближение трактоваться как агрессивный акт или нет. Нарушение области неприкосновенности может быть более жестким или более мягким, от избиения до нахального разглядывания [61, р. 45]. В другом месте Гофман сформулировал правило вежливого невнимания (*civil inattention*), которое допускает самое большое мимолетный зрительный контакт с незнакомыми, проходящими по улице, и запрещает длительное разглядывание [58, р. 83]. Напомним, что подобные явления, связанные с расположением людей в пространстве, были описаны и исследованы с помощью проксемики Эдварда Холла [67].

За фасадом, представленным на сцене (*frontstage*), скрываются кулисы (*backstage*), сфера приватности и анонимности, которую личность старается специально скрыть от зрителей. Здесь он готовится, гримируется для представления себя, отдыхает. Здесь он является самим собой, носителем аутентичной личности, а не личности презентуемой.

Существуют определенные, особенно существенные виды представлений или, развивая эту метафору, различные виды театра. Один из них - это церемониальные общественные мероприятия, праздники, фестивали, карнавалы, митинги, которые должны обеспечить актуализацию ценностей, типичных для общественности и способных укрепить ее сплоченность, чувство общины [63, p. 101]. Похожую роль в камерных ситуациях играет поддерживающий обмен (*supportive interchanges*), в котором личности демонстрируют приверженность связывающим их отношениям и желание их сохранить и усилить, например дарение подарков, направление поздравлений. В мимолетных контактах лиц, даже совершенно незнакомых, находят выражение межличностные ритуалы, которые должны свидетельствовать о хорошем воспитании, вежливости, добре, например предложение огня, вопрос о времени, указание дороги.

Демонстрация намерений (*displays*) - это богатая сценическая форма. Оказавшись в определенной общественной ситуации, личность старается показать, как она намерена участвовать в этой ситуации, что намерена делать, в какие отношения вступать с другими. Это выражается с помощью готовых ритуалов, предоставляемых культурой. Так, можно рассчитывать на то, что другие присутствующие в данной ситуации свидетели демонстрации заранее прочтут ее намерения и сами поведут себя соответствующим образом. Так может быть потому, что «мы все натренированы нашей культурой в использовании похожей идиомы, позиции тела, взглядов, без слов конструирующих нашу собственную хореографию по отношению к другим в общественных ситуациях; возможна также интерпретация сцен» [62, p. 21]. Примеры Гофмана - это поцелуй в щеку при встрече как сигнал близости и доброжелательности, приветствие как сигнал уважения, предложение стула женщине как сигнал галантности, приход с цветами на прием как сигнал дружбы и благодарности за приглашение, вставание с места как сигнал окончания встречи [62, p. 1-3]. К примерам Гофмана можно добавить ритуалы, выражающие угрозу: оружие или лица в масках во время нападения на банк, окрик полицейского «руки вверх», камни в руках протестующей толпы. «Демонстрация намерений предоставляет доказательства приспособления личности к данному типу собрания, служит определению позиции, которую она готова занять в рамках того, что должно случиться в общественной ситуации» [62, p. 1].

Один аспект демонстрации намерений является предметом особого внимания Гофмана. Итак, для правильного определения статуса данной личности в общественной ситуации очень важна

идентификация ее отношений с другими, оказавшимися в этой ситуации. Является ли она одиночкой или контактирует с другими? Какие отношения проявляются, какова степень вовлечения в них партнеров, продолжительность? Установлению всего этого служат знаки связи, что означает «всякие указатели на общественные отношения, или связи между личностями, содержащиеся в объектах, действиях, внешних признаках, за исключением вербальных утверждений» [61, р. 194].

Чаще всего знаки связи выступают в виде жестов, позы, мимики. Например, если юноша и девушка держатся за руки, значит, они находятся в близких, интимных отношениях. Если женщину берут под руку - это наводит на мысль о продолжительной связи, возможно супружеской. Поцелуй в обе щеки в качестве приветствия указывает на отношения дружбы. Похлопывание по спине говорит о товарищеских отношениях. Так же, как и все другие, знаки-связи могут быть предметом манипуляции. Например, речь может идти о внушении уважения к своему обществу знакомствами в высших сферах или близостью с кем-то знаменитым. Этому служит демонстративное панибратство с этими людьми, которые тактично не протестуют, но у наблюдателей остается впечатление дружеских отношений. Сомнительность знаков связи приводит к тому, что, только наблюдая их во многих разных ситуациях и во многих разных ипостасях, мы готовы признать их полную достоверность. «Видя в первый раз двух человек вместе, мы знаем еще очень мало, только вторая и третья встречи с ними имеют свою качественную нагрузку, но только потому, что ранее были первая и вторая встречи» [61, р. 197].

Социальный мир, анализированный Гофманом, наблюдаем, внешне воспринимаем. Такая воспринимаемость необходима для действий участников, которые находят в поведении других визуальные указатели для собственного поведения по отношению к ним. «Задача общества состоит в насыщении общественных ситуаций церемониальными или ритуальными знаками, которые облегчают участникам ориентирование в отношениях с другими (...) Общество должно преобразовать непрозрачный ход событий в легкую для считывания форму». Этому служат такие базовые методы, как «демонстрация намерений, микроэкологические примеры общественного неравенства, признание типологизации и выявление посредством жестов того, что может трактоваться как внутренняя позиция» [62, р. 27].

Поскольку общественный мир визуально доступен участникам, он в равной мере визуально открыт для внешних наблюдателей. Следовательно, он может подлежать и фотографической регист-



рации. Представленные выше некоторые тонкие наблюдения Гофмана и понятийные категории, предлагаемые для их понимания, создают впечатление, что все это удастся сфотографировать или это уже показано на фотографических снимках. Все это почти готовый «фотографический сценарий», инспирирующий воображение фотографа. Гофман это отчетливо осознает. Существует класс бихевиоральных практик - назовем его «мелкими элементами поведения», физические формы которых в целом хорошо определены, несмотря на то, что социальные подтексты или значения этих действий могут быть частично неясными, и которые полностью реализованы, от начала до конца, в короткое время и в одном небольшом месте. Такие бихевиоральные события могут быть зарегистрированы, а их образ воспроизведен с помощью аудиовизуальных лент или камеры» [62, р. 24]. Наверное, можно утверждать, что ни одна из социологических теорий не является такой впечатляюще «визуальной», как драматургическая концепция Ирвинга Гофмана. И для подтверждения любой другой концепции фотографический учет не представляется столь же полезным.

## Заключение

Визуальная социология - это дисциплина с будущим. Несомненно, что насыщение общественной жизни визуальным содержанием, а значит, визуальными представлениями, как и визуальными проявлениями, будет расти в познесовременную эпоху. Глобализирующийся общественный мир становится все более зрелищным и разноцветным, а экспансия новых средств массовой информации необыкновенно обогащает образы повседневной жизни. Фундаментальные, глубокие и скрытые свойства общественной структуры или закономерности функционирования общества будут все отчетливее проявляться в социальных явлениях. Поэтому все большее значение для социологического познания будет иметь наблюдение, и многие тайны общества можно будет открыть, просто внимательно глядя вокруг. Обиходная визуальная компетенция будет все более важной для участников общественной жизни, как и визуальное воображение для исследующих общество социологов.

Но визуальное воображение не является чем-то данным. Оно требует тренировки и инструментов. Задачей этой книги было предоставление методологических, понятийных и теоретических инструментов для формирования визуального воображения. Тренировка - это уже дело читателя. Мы сосредоточились на одном техническом инструменте, который уже несколько десятков лет помогает регистрировать, представлять и увековечивать образы людей и их социальный мир, - на фотографии. Как пишет Збигнев Бенедиктович, «это особенно удобная исходная точка для того, чтобы глубже осмыслить само явление образа, визуальности, задуматься над их ролью и значением в культуре, в нашем познании» [20]. Еще долго фотография будет основным инструментом массового создания образов. Но будущее визуальной социологии - это использование, кроме фотографии, и других средств создания изображений. Отдельные проблемы открывает использование кинематографической техники, видеотехники, сотовой телефонии с передачей изображений, необыкновенно богатого визуальными формами Интернета. Иных подходов требует и интерпретация имеющихся киноматериалов, видеозаписей или презентаций в Интернете. Как было и в случае фотографии, практика и размышления над такими методами развиваются в первую очередь в этнографии или социальной антропологии (изучении культуры, визуальных исследованиях), чтобы потом войти и в социологию.

Можно только надеяться, что два обстоятельства позволят социологии быстрее, чем в прошлом, черпать из практики родственных социальных наук. Первая - это столь типичная для современной

науки тенденция выхода за дисциплинарные границы и разрушения традиционных стен, разделяющих дисциплины. А вторая -это динамично развивающееся в самой социологии течение социологии повседневной жизни, являющейся последовательностью очередных теоретических переломов, происходивших в XIX и XX вв.: антипозитивистского, культурнического и образного. Сегодняшняя социология все полнее должна опираться на визуальные методы и материалы, выходящие иногда за границы наиболее традиционных фотографических методов, которые были предметом этой книги.

## Тренировка визуального воображения

Визуальному воображению нельзя научиться по книжке. Так же как нельзя научиться кататься на водных лыжах, пользуясь только учебником по серфингу, плавать под парусами, глядя на рисунки в учебнике по парусному спорту, и фотографировать только на основании учебника по фотографии. Все это требует не только знаний, но и умения, практики и тренировки. Именно поэтому в приложении приведены задания, которые могут быть предложены студентам для формирования и совершенствования их визуального воображения. Эти задания - дидактический опыт автора, только примеры обучающих процедур, которые могут быть модифицированы, развиты или дополнены. Они расположены в порядке, который соответствует возрастающему уровню трудности, измеряемому необходимыми техническими средствами, а также временем и интересом, которые студент готов посвятить визуальной социологии.

### Интерпретация визуального воображения

Начнем с интерпретации представленных фотографий, поскольку такая процедура самая легкая в реализации, ибо не требует никаких особенных технических средств.

Преподаватель, проводящий занятия, приносит фотографию какой-либо сложной общественной ситуации с богатым социологическим содержанием (большое количество участвующих, отчетливая интерактивность, схваченное в широком плане окружение), а затем вместе со студентами проводит семиотическую и структурную интерпретацию снимка. Каждый студент должен написать одну страницу отчета о том, что он увидел на снимке. Представление и дискуссия по этим отчетам показывает субъективизм и избирательность восприятия [138, p. 64].

В другой версии этого задания студенты должны самостоятельно найти фотографии такого рода (в прессе, в фотоальбоме, в собственных коллекциях фотографий) и подробно описать их, впоследствии обсудить с другими студентами. Основные вопросы, которые ставятся во время обсуждения:

- Какой является денотация снимка: что он представляет?

- Какой является коннотация: какие ассоциации вызывает?
- Какого типа знаки имеются на снимке?
- Какие формы взаимодействия можно заметить?
- Представляет ли фотография какую-либо мысль, идею, убеждения изображенных лиц?
  - Реализуют ли люди на снимке какие-либо правила, нормативные образцы, ценности?
  - Проявляются ли какие-либо формы неравенства или другого общественного расслоения?

Студенты приносят несколько десятков семейных фотографий, на которых изображены они сами в окружении близких людей.

- Мы просим одного из них показать фотографию, на которой он больше всего чувствует себя самим собой, а других студентов — вы брать фотографию, на которой их коллега наиболее соответствует их воображению. Будет ли это тот же самый снимок? Чем он отличается? Что можно сказать о различии между восприятием нас другими и собственным мнением о себе?

- Когда на снимках есть другие люди, кроме студента, мы пробуем отгадать по их расположению на снимке, одежде, окружению и т.п.,

кто есть кто, какое место они занимают в семье, в кругу друзей студента, какова их профессия. Сравниваем эти предположения с описанием студента, анализируя именно те наблюдения, которые оказались ошибочными.

- Пробуем определить, в каких ситуациях, общественных контекстах были выполнены фотографии: отпуск, путешествия, праздники, особые семейные события. Сравниваем наши предположения с описанием студента.

- Что можно сказать по окружению изображенного на снимке, на пример по интерьеру квартиры, ее меблировке, видимым типичным предметам, о социальном положении семьи: благосостоянии, профессии и стиле жизни?

Студенты приносят фотографии, сделанные во время каникул, путешествий, уличные сюжеты, на которых они среди других незнакомых людей, на улице, на площади и т.п. Пробуем сделать герменевтическую интерпретацию.

- Что мы можем подумать об этих людях? Кто есть кто, какова их профессия, откуда они идут, куда направляются?

- В какой стране сделан снимок, каковы видимые знаки местной культуры?

- В каких социальных контекстах находятся различные отображенные на снимке люди: развлечения, потреблении пищи, работы, службы?

Студенты приносят наборы открыток из домашних коллекций, лучше старых, прошлых лет. Если это только возможно, стоит получить снимки этих мест, сделанные недавно. В дискуссии студенты определяют, как эти самые места могут выглядеть (или выглядыт) сегодня, что изменилось.

- Можно составить перечень конкретных различий, замеченных при сравнении старых снимков с настоящей ситуацией (или со снимками современной ситуации).
- Возможно ли воссоздать направляющую тенденцию, какую-либо закономерность социальной динамики?

Каждый студент обязан посетить выставку фотографий, например World Press Photo, галерею фотографий газеты «Wyborczej» или другую, включающую репортерские снимки или фотографические эссе.

- Необходимо выбрать одну фотографию, которая произвела на мое сильное, шокирующее впечатление (*punktum* Барта), и обосновать свой выбор в виде одностраничной рецензии.
- Необходимо выбрать одну фотографию, которая, по мнению студента, несет самую богатую социологическую информацию (*studium* Барта), и обосновать свой выбор в виде одностраничной рецензии.

В этом же задании можно рекомендовать студентам вместо посещения выставки просмотреть последний номер какого-нибудь иллюстрированного журнала и выбрать одну фотографию, которая больше всего шокирует и остается в памяти, а затем такую, которая несет больше всего информации. Студенты обосновывают свой выбор одностраничной рецензией, которая затем вместе с выбранными снимками представляется на общее обсуждение.

Каждый студент должен просмотреть галерею снимков газеты «Wyborczej» в Интернете или альбом снимков «Fotografie Gazety Wyborczej» или можно принести вырезки из других иллюстрированных журналов.

- Необходимо выбрать по три снимка, которые хорошо иллюстрируют такие социологические понятия, как социальный конфликт, контестация, нонконформизм, девиация.
- Необходимо выбрать по три фотографии, которые иллюстрируют такие социологические понятия, как снобизм, демонстративное потребление, богатство, бедность, средний класс
- Необходимо выбрать по три фотографии, которые иллюстрируют такие социологические понятия, как шовинизм, групповая лояльность, коллективная тождественность.

Студенты получают несколько снимков, вырезанных из иллюстрированных журналов, не имеющих подписей.

- Они должны к каждой фотографии сделать подпись или краткий комментарий. Сначала это нужно обсудить во время дискуссии со студентами, а затем сравнить с подписью или комментарием в оригинале, чтобы определить, какая подпись или комментарий оказались наиболее точными.

- Если на снимке зафиксирована какая-либо социальная ситуация, что-либо происходит, то пробуем воссоздать, что происходило ранее и что будет происходить позднее, а это значит, что необходимо описать событие в повествовательном и временном моменте. Сравним интерпретацию в дискуссии разных студентов.

Студенты должны принести снимки из трех разных женских журналов, на которых изображены женщины. В дискуссии обсуждаем такие вопросы:

- Отличаются ли эти изображения в зависимости от журнала (например, помещенные в «Przyjaciolce», «Twoim Stylu», «Elle», «Cosmopolitan»)?

- Какие стереотипы женственности изображены на них?

- Найдем ли в них что-то новое, отходящее от стереотипов образа женщины?

Студенты должны принести снимки из трех разных иллюстрированных журналов, на которых представлены изображения мужчин.

- Отличаются ли существенно изображения в зависимости от журнала (например, в «Sukcesie», «Auto-moto»)?

- Найдем ли мы в них стереотипы мужественности?

- Не рекламируются ли какие-нибудь новые нестереотипные образцы мужественности?

Перечень этих заданий - это анализ имеющихся в разных периодических изданиях рекламных снимков, отражающих стереотипы женственности и мужественности, наводящие на мысль о новых взглядах на женщину и мужчину.

Студенты должны принести вырезки из иллюстрированных журналов, показывающих образы общественной жизни «высших сфер» бизнеса или политики.

- Какие элементы языка тела, мимики, позиции являются сигналами высокого статуса фотографируемых — богатства, власти, славы?

- Какие элементы одежды, внешнего вида, замеченных на снимках

реквизитов являются проявлениями снобизма данной среды, стилем жизни недавно разбогатевших?

## Активное фотографирование

Здесь мы переходим к использованию фотографического метода путем производства собственных снимков или к началу более сложных фотографических проектов. Закладываем элементарные основы мастерства студентов на уровне любителей.

### Фотографические серии

Студенты должны сделать **по** три снимка, иллюстрирующих какие-либо социологические **понятия** [138, р. 64]. **Примерные понятия:**

- ритуал,
- маргинал,
- очередь,
- малая группа,
- показное потребление,
- толпа,
- аудитория,
- беседа,
- общественные санкции.

Студенты должны сделать или найти снимок, который в их понимании представляет «польский характер» и может быть помещен на обложке фотоальбома о Польше (плакучая ива, аист в гнезде на телеграфном столбе, Вавель, крестьянин за плугом, ченстоховская святыня, центр города Варшавы, замки магнатов или что-нибудь еще). Во время дискуссии снимки студентов сравниваются с размещенными на обложках альбомов такого типа. Какие авторские стереотипы «польского характера» скрываются за этими снимками?

Студенты должны сделать по 5-10 снимков (фотографическое миниэссе) на заданную тему, а затем в ходе показа обосновать выбор объекта, ракурса и т.п. Примерные темы:

- глобализация в твоей местности (городе, деревне),
- агрессивность уличной рекламы,
- два мира: богатство и бедность в большом городе,
- контраст: центр и окраины в большом городе,
- бездомность и социальная маргинализация,
- собрание подаяния на улицах города,
- уличные музыканты,
- туристы среди памятников,
- Рождество: три аспекта - религиозный, семейный, коммерческий,
- ритуал и обрядовость пасхальных праздников,



- воскресная религиозность,
- новые обычаи: День святого Валентина, Хеллоуин,
- День поминовения усопших: частные и публичные случаи,
- кладбище: надгробные памятники как «фасад» умершего (в гофмановском смысле),
  - цирк приехал,
  - люди и собаки,
  - автомашина как объект культа,
  - памятники героям: кого представляют, из какой эпохи, язык их тела,
  - искореняемый фольклор: народные гуляния «эмаус», резервисты «демобилизуются», фанаты,
  - субкультура футбольного стадиона,
  - секты и молодежная субкультура, например: Хари Кришна, панки, хип-хоп,
  - социальная деградация: алкоголизм и наркомания,
  - супермаркеты как свидетельство потребительской цивилизации,
  - старость в большом городе,
  - политическая контестация (уличная политика),
  - университетский ритуал,
  - страдания социальных масс (толпа, давка),
  - пороки цивилизации: грязь, беспорядок, **вандализм, граффити**,
  - разрушение человеком природной среды,
  - «экзотические» профессии и занятия,
  - сведение моды к униформе: одежды, прически, макияж,
  - культурный пережиток: очереди в потребительской цивилизации.

### Небольшие фотопроекты

#### *Синтетический автопортрет*

Каждый студент должен выполнить сам или при помощи кого-либо свой собственный снимок в такой позе, в такой одежде, таком окружении, с такими реквизитами, которые, по его мнению, самым лучшим образом отражают черты его характера, интересы, увлечения. Затем эти снимки станут предметом обсуждения другими студентами.

- Воспринимают ли тебя так же или иначе, чем ты воспринимаешь себя сам?
- Что их удивило?
- Чего они ожидали?

### ***Зеркальный портрет***

Студент дает фотоаппарат кому-то из знакомых, члену семьи, коллеге и просит сфотографировать его в таком окружении, позе и одежде, чтобы в их восприятии была лучше всего отражена личность фотографируемого. Дискуссия сосредотачивается на соответствии такого изображения видению самого себя.

### ***«Натюрморт»***

Студент должен собрать в своей комнате как можно больше предметов, которые имеют для него ценность, важность, полезность. Затем фотографирует такой «натюрморт» и предлагает для дискуссии, объясняя другим, что это за предметы и какое они имеют для него значение.

### ***Постановочные сценки***

Студент должен вместе с коллегами организовать и поставить простую социальную ситуацию, сфотографировать ее. Примерные ситуации: приветствие, знакомство, ссора, научная дискуссия, торговые переговоры. Затем в дискуссии с другими студентами проанализировать жест, мимику, пластику тела, позицию участников сценки.

- Производит ли она естественное впечатление?
  - Что придает ей искусственность?
  - Чем отличается наше впечатление от действительной ситуации?
- Здесь может помочь и репортерский непостановочный снимок по добной ситуации.

Разновидность того же самого задания - используя какой-нибудь учебник пластики тела, например [106], фотографически воспроизвести выбранную ситуацию, представленную на рисунке. После выполнения снимков сравниваем их с интерпретацией, имеющейся в учебнике, и начинаем дискуссию с «актерами», игравшими сценки, выясняя, испытывали ли они такие же чувства, повторяя жесты и позы, описанные в учебнике.

Еще одна разновидность этого проекта - это постановка фотографических иллюстраций выбранных понятий драматургической теории Ирвинга Гофмана (например, знаков союза, представление самого себя, лица, различного типа объединений и пр.).

### ***Эксперименты срыва***

В кругу коллег студент проводит эксперимент срыва в понимании Гарольда Гарфинкеля (Harold Garfinkel) - это значит, что он какой-либо абсурдной формой поведения или словесной реакцией нарушает ожидаемый нормальный ход интеракции. Другой студент фотографирует (лучше из укрытия или мощным телеобъективом) ре-

акцию ничего не знающих участников эксперимента, а затем пытается «нормализовать», оправдать ситуацию.

#### ***Регистрация ритуалов***

Студент должен выполнить серию снимков свадьбы, крещения или первого причастия кого-то из семьи или какого-нибудь знакомого. Затем находит в семейном архиве снимки подобных ситуаций: свадьбу родителей, своего собственного первого причастия и т.п. Сравнение этих снимков, сопровождаемое дискуссией, должно выявить, с одной стороны, прочность, древность ритуалов, а с другой - новшество, введенное вместе с изменением общественных условий. Альтернативным сравнительным материалом могут быть снимки из прессы известных бракосочетаний, например в королевских семьях или «известных и богатых». В этом случае акцент в интерпретации может быть на универсальности ритуала, максимально утрированного в случае публичных церемоний, но качественно похожего на то, что происходит в семьях простых людей.

#### ***Прощания и встречи***

Студент должен выполнить серию снимков, представляющих типичные формы прощания и встреч близких в аэропортах, на железнодорожных вокзалах и т.п. Отличаются ли человеческие реакции в зависимости от того, на какое время они расставались и какие опасности их подстерегали? В качестве сравнительного материала могут служить снимки из прессы прощальных церемоний или торжественных встреч публичных особ: государственных деятелей, звезд кино или спорта. Преследуемая цель - уловить универсальные формы выражения эмоций, связанных с расставанием и возвращением.

### **Развернутые фотопроекты**

#### ***Фотографический автопортрет***

Студенту предлагается сделать серию из 12-15 снимков, которые самым лучшим образом определяют его тождественность, покажут, кем он является, чем интересуется, с кем дружит. Затем обсуждаются серии, выполненные разными студентами, чтобы раскрыть похожесть и различие точек зрения его самого и других [104, с. 16-17].

#### ***Ежедневный цикл***

Студент должен сделать серию снимков различных мест в городе (улицы, оживленного перекрестка, площади, входа в торговый центр, костела, ресторана и т.п.) в разное время дня. Затем в совместной дискуссии студенты стараются по снимкам определить

правильность суточного цикла, которому подчинена общественная жизнь.

#### ***Продолжительный цикл***

Студент должен выполнить в течение семестра или учебного года серию снимков одних и тех же мест (городской улицы, площади, района, крестьянского хозяйства) в разные времена года. Затем в совместной дискуссии студенты стараются по снимкам определить правильность годового цикла, которому подчинена общественная жизнь.

#### ***Фотографическое обследование***

Студент должен приготовить несколько или несколько десятков снимков, на которых он представит целостный фотографический образ:

- своей местности (города, деревни, квартала, района) или
- своей среды (студенческого общежития, студенческой культуры, торжеств по случаю начала учебного года, университетской жизни).

#### ***Видимые ценности***

Студент в течение семестра или года должен сделать серию нескольких и нескольких десятков снимков, которые иллюстрировали бы избранную им ценность, например красоту, доброту, справедливость, щедрость, достоинство, дружбу, любовь, помощь, доверие, лояльность. Что обозначают эти ценности, как они выражаются, реализуются, конкретизируются в ежедневно наблюдаемой общественной жизни?

#### ***Экзотические обычаи***

Студент должен сделать во время каникул, путешествий или заграничных поездок, серию снимков своеобразных обычаев, способов проживания, проведения свободного времени, отдыха, потребления и т.п., посещаемого общества.

### **Продвинутый фотопроjekt**

Студенты выезжают на несколько дней в небольшую деревню. Вначале они проводят общее фотографическое обследование окружения, а затем делают серию снимков, которые должны отобразить не менее пяти типичных для этого сообщества контекстов общественной жизни (например, семья и хозяйство, работа в поле, религия и костел, развлечение, болезнь). Студенты сначала обсуждают снимки, а затем проводят интервью с жителями, используя фотографии. В конце пребывания проводится интервью с приглашенными представителями местной общественности.

Студент в течение семестра или учебного года делает фотографическую монографию среды, с которой близко связан (например, студенческого общежития, спортивного клуба, студенческого объединения, религиозного сообщества, секты). В ходе наблюдения, наподобие культурного антрополога, он документирует различные проявления активности, стараясь уловить характерный для этого сообщества способ жизни, идеалы, примеры для подражания, обычаи и нравы. В конце он представляет сделанные снимки членам сообщества, проводя на их основе интервью, групповые или индивидуальные, или дискуссию в группе коллег.

## Список литературы

1. *Adamson Madeleine, Borgos Seth*. This Mighty Dream. Social Protest Movements in the United States. Boston: Routledge. 1984.
2. *Aron Bill*. Two Views of Venice, California // Exploring Society Photographically / Red. Howard Becker. Evanston: Northwestern University Press. 1981.
3. *Arthus-Bertrand Yann*. Ziemia z nieba. Portret planety i prognozy XXI wieku / Przel. Barbara Durbajlo, Irena Stapor, Ewa Wolanska. Warszawa: Swiat Ksiazki. 2002.
4. *Atget Eugene*. Atget Paris. Paris: Hazan. 1992.
5. *Ball Michael*. Remarks on Visual Competence as an Integral Part of Ethnographic Fieldwork Practice: the Visual Availability of Culture // Image-based Research/ Red. Jon Prosser. London: Routledge. 1998.
6. *Ball Michael S., Smith Gregory W. H.* Analyzing Visual Data. London: Sage. 1992.
7. *Banks Marcus*. Visual Anthropology. Image, Object and Interpretation // Image-based Research / Red. Jon Prosser. London: Routledge. 1998.
8. *Barnard Malcolm*. Approaches to Understanding Visual Culture. Houndmills: Palgrave. 2001.
9. *Barthes Roland*. Elements of Semiology. New York: Hill and Wang. 1967.
10. *Barthes Roland*. Rhetoric of the Image // Image, Music, Text. London: Fontana. 1977.
11. *Barthes Roland*. Camera Lucida. Reflections on Photography. New York: Hill and Wang. 1981 [wyd. pol. Swiatlo obrazu. Uwagi o fotografii / Przel. Jacek Trznadel. Warszawa: Wydaw. KR. 1995].
12. *Barthes Roland*. The Photographic Message // Selected Writings. New York: Fontana. 1983.
13. *Bateson Gregory, Mead Margaret*. Balinese Character. A Photographic Analysis. New York: N.Y. Academy of Sciences. 1942.
14. *Baudrillard Jean*. The Evil Demon of Images. Sydney: Sydney University Press. 1988.
15. *Baudrillard Jean*. Simulacra and Simulation. Ann Arbor: University of Chicago Press. 1994
16. *Bauman Zygmunt*. Hermeneutics and Social Science. Approaches to Understanding. London: Hutchison. 1978.
17. *Becker Howard S.* Do Photographs Tell the Truth? // Qualitative and Quantitative Methods in Evaluation Research / Red. Thomas D. Cook, Charles S. Reichardt. Beverly Hills: Sage. 1979.
18. *Becker Howard S.* Visual Sociology, Documentary Photography and Photojournalism // Image-based Research / Red. Jon Prosser. London: Routledge. 1998.
19. *Becker K.* Photography as a Medium // International Encyclopedia of Social and Behavioral Sciences / Red. Neil J. Smelser, Paul Baltes. The Hague: Elsevier. 2001.
20. *Benedyktowicz Zbigniew*. Widzieć więcej. Antropologia wizualna i wizualność w antropologii // Polska Sztuka Ludowa. Konkrety. 1997. №1-2.
21. *Benjamin Walter*. The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction // Illuminations. New York: Schocken. 1968 [1936].

22. *Berger John*. Ways of Seeing. London: Penguin. 1972.
23. *Birdwhistell Ray*. Kinesics and Context. Philadelphia: University of Pennsylvania Press. 1970.
24. *Bohdziewicz Anna Beata*. Zostafy zdjecia // Polska Sztuka Ludowa. Konreksty. 1997. №1-2.
25. *Bourdieu Pierre*. Photography. A Middle-brow Art. Cambridge: Polity Press. 1990 [1965].
26. *Bovone Laura*. Theories of Everyday Life. A Search for Meaning or a Negation of Meaning? // The Sociology of Everyday Life / Red. Michel Mafessoli // Current Sociology. 1989. №1.
27. *Bradford John*. Ancient Landscapes. London: Cedric Chivers. 1974
28. *Cavin Erica*. In Search of the Viewfinder. A Study of a Child's Perspective // Visual Sociology. 1994. №9(1).
29. *Chalfen Richard*. Interpreting Family Photography as Pictorial Communication // Image-based Research. London: Routledge. 1998.
30. *Chaplin Elizabeth*. Sociology and Visual Representation. London: Routledge. 1994.
31. *Cheatwood Derral, Stasz Clarice*. Visual Sociology // Images of Information. Still Photography in the Social Sciences / Red. Jon Wagner. Beverly Hills: Sage. 1979.
32. *Ciolkosz Andrzej, Miszalskijerzy, Ol\$dzkijan*. Interpretacja zdjec lotniczych. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN. 1999.
33. *Collier John*. Evaluating Visual Data // Images of Information. Still Photography in the Social Sciences / Red. Jon Wagner. Beverly Hills: Sage. 1979.
34. *Collier John*. Photography and Visual Anthropology // Principles of Visual Anthropology / Red. Paul Hockings. The Hague: Mouton. 1995.
35. *Collier John, Collier Malcolm*. Visual Anthropology. Photography as a Research Method. Albuquerque: The University of New Mexico Press. 1986.
36. *Cronin Orla*. Psychology and Photographic Theory // Image-based Research/ Red. Jon Prosser. London: Routledge. 1998.
37. *Curry Timothy*. Editorial // International Journal of Visual Sociology. 1985. №2.
38. *Curry Timothy, Clarke Alfred*. Photographic Exercises // Images of Information. Still Photography in the Social Sciences / Red. Jon Wagner. Beverly Hills: Sage. 1979.
39. *Czartoryska Urszula*. Zofia Rydet // Polska Sztuka Ludowa. Konteksty. 1997. №1-2.
40. *Eco Umberto*. Semiologia zycia codziennego / Przel. Joanna Ugniewska, Piotr Salwa. Warszawa: Czytelnik. 1998
41. *Edwards Elizabeth*. Beyond the Boundary. A Consideration of the Expressive in Photography and Anthropology // Rethinking Visual Anthropology / Red. Marcus Banks, Howard Morphy. New Haven: Yale University Press. 1997.
42. *Eisler-Mertz Christiane*. Mowa rak: co zdradzaja nasze rece. Wroclaw: Astrum. 1999.
43. *Emmison Michael, Smith Philip*. Researching the Visual. London: Sage. 2000.
44. *Ewen Phyllis*. The Beauty Ritual // Images of Information. Still Photography in the Social Sciences / Red. Jon Wagner. Beverly Hills: Sage. 1979.

45. Exploring Society Photographically / Red. Howard Becker. Evanston: Northwestern University Press. 1981.
46. Eyes Across the Water. The Amsterdam Conference on Visual Anthropology and Sociology / Red. Robert Bonzajer Flaes. Amsterdam: Het Spinhuis. 1989.
47. The Family of Man. New York: Museum of Modern Art. 1955.
48. Farley John E. Sociology. Wyd. 2. New York: Prentice Hall. 1992.
49. Fields of Vision. Essays in Film Studies, Visual Anthropology, and Photography // Red. Leslie Devereaux, Roger Hillman. Berkeley: University of California Press. 1995.
50. Flis Andrzej, Kowalska Beata. Zapomniani bracia. Krakow: WAM. 2003.
51. Franus Edward. Rozwój malego dziecka. Warszawa: Nasza Księgarnia. 1972.
52. Fromm Erich. Miec czy byc? / Przel. Jan Kartowski. Gdansk: Dom Wydawniczy REBIS. 2003.
53. Garfinkel Harold. Studies in Ethnomethodology. Englewood Cliffs: Prentice Hall. 1967.
54. Garfinkel Harold. Ethnomethodology's Program / Red. Anne W. Rawls. Boston: Rowman and Littlefield. 2002.
55. Garztecki Juliusz. Zarys dziejow fotografii społecznej // Fotografia. 1981. №2.
56. Giansanti Gianni. Jan Pawel II. Wizerunek pontyfikatu. Warszawa: Ars Polona. 1996.
57. Geertz Clifford. The Interpretation of Cultures. London: Fontana. 1973.
58. Goffman Erving. Behavior in Public Places. New York: Free Press. 1963.
59. Goffman Erving. Interaction Ritual. Garden City: Doubleday. 1967.
60. Goffman Erving. Strategic Interaction. Philadelphia: University of Pennsylvania Press. 1969.
61. Goffman Erving. Relations in Public. New York: Harper. 1971.
62. Goffman Erving. Gender Advertisements. London: Macmillan. 1979.
63. Goffman Erving. The Goffman Reader / Red. C. Lemert, A. Branaman. Oxford: Blackwell. 1997.
64. Goldberg Jim. Rich and Poor. New York: Random House. 1985.
65. Goldin Nan. The Ballad of Sexual Dependency. New York: Aperture. 1996.
66. Hall Edward. Foreword // Visual Anthropology. Photography as a Research Method / Red. John Collier, Malcolm Collier. Albuquerque: The University of New Mexico Press. 1986.
67. Hall Edward. Ukryty wymiar / Przet. Teresa Holowka, Warszawa: Muza. 2003 [1963].
68. Hardt H. Photojournalism // International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences / Red. Neil J. Smelser, Paul Baltes. The Hague: Elsevier, 2001.
69. Harper Douglas (Doug). Life on the Road // Images of Information. Still Photography in the Social Sciences / Red. Jon Wagner. Beverly Hills: Sage. 1979.
70. Harper Douglas (Doug). Meaning and Work. A Study in Photo Elicitation // Theory and Practice of Visual Sociology / Red. Leonard M. Henny // Current Sociology. 1986. Vol. 34. №3.



71. *Harper Douglas (Doug)*. Interpretive Ethnography: from «Authentic Voice» to «Interpretive Eye» // *Eyes Across the Water*. The Amsterdam Conference on Visual Anthropology and Sociology / Red. Robert Bonzajer Flaes. Amsterdam: Het Spinhuis. 1989.
72. *Harper Douglas (Doug)*. An Argument for Visual Sociology // *Image-based Research* / Red. Jon Prosser. London; Routledge. 1998.
73. *Hoggart Richard*. Foreword // Erving Goffman. *Gender Advertisements*. London: Macmillan. 1979.
74. *Hoskins William G*. The Making of the English Landscape. London: Penguin. 1955.
75. *Huppaufl Bernd*. Modernism and the Photographic Representation of War and Destruction // *Fields of Vision: Essays in Film Studies, Visual Anthropology, and Photography* / Red. Leslie Devereaux, Roger Hillman. Berkeley: University of California Press. 1995.
76. *Image-based Research* / Red. Jon Prosser. London: Routledge. 1998
77. *Images of Information. Still Photography in the Social Sciences* / Red. Jon Wagner. Beverly Hills: Sage. 1979.
78. *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences* / Red. Neil J. Smelser, Paul Baltes // *Hasio: Visual Anthropology*. The Hague: Elsevier. 2001.
79. *Jackson Bruce*. Kiling Tim // *Exploring Society Photographically*. Evanston: Northwestern University Press. 1981.
80. *Kosela Krzysztof*. Wywiad z interpretacja fotogramow // *Poza granicami socjologii ankietowej* / Red. Antoni Sulek, Krzysztof Nowak, Anna Wyka. Warszawa: Wyd. Instytutu Socjologii UW. 1989.
81. *Kosela Krzysztof*. Interpretacja fotografii - krok ku socjologii wizualnej // *Kultura i Społeczeństwo*. 1990. №1.
82. *Kosinska Barbara*. Pierwszy ogólnopolski przegląd fotografii socjologicznej // *Fotografia*. 1981. №2.
83. *Krolikowska Anna, Luszczak Grzegorz, Marek Zbigniew*. *Dydaktyka obrazu*. Krakow: WAM. 2000.
84. *Landscape. Politics and Perspectives* / Red. Barbara Bender. Oxford: Berg Publishers. 1993.
85. *Lange Dorothea*. *Photographs of a Lifetime*. New York: Aperture. 1982.
86. *Lash Scott*. Discourse or Figure? Postmodernism as a Regime of Signification // *Theory, Culture and Society*. 1988. Vol. 5.
87. *Lemert Charles*. The Pleasure of Garfinkel's Indexical Ways // Harold Garfinkel, *Ethnomethodology's Program* / Red. Anne W. Rawls. Boston: Rowman and Littlefield. 2002.
88. *Loizos P*. Visual Anthropology // *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences* / Red. Neil J. Smelser, Paul Baltes. The Hague: Elsevier. 2001.
89. *Lomax Alan, Bartenieff Irmgard, Paulay Forrestine*. *Choreometrics. A Method for the Study of Cross-cultural Pattern in Film* // *Research Film*. 1969. Vol. 6.
90. *Luckmann Thomas*. On Meaning in Everyday Life and in Sociology // *The Sociology of Everyday Life* / Red. Michel Mafessoli // *Current Sociology*. 1989. №1.

91. *Lutz C.A., Collins J.L.* Reading National Geographic. Chicago: University of Chicago Press. 1993.
92. *Magala Sławomir.* Szkoła widzenia. Wrocław: Biblioteka Formatu. 2000.
93. *Magala Sławomir.* Osobiste poszlaki w pomieszczeniach publicznych, Rotterdam (maszynopis). 2001.
94. *Malinowski Bronisław.* Kultura i jej przemiany / Przel Antoni Bydtkm, Anna Mach // *Dziela*. T. 9. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN. 2000.
95. *Menzel Peter.* Material World. A Global Family Portrait. San Francisco: Sierra Club Books. 1994.
96. *Merton Robert.* On Social Structure and Science / Red. Piotr Sztompka. Chicago: University of Chicago Press. 1996.
97. *Mirzoeff Nicholas.* An Introduction to Visual Culture. London: Routledge. 1999.
98. *Mulligan Therese, Wooters David.* Photography from 1939 to Today. Koln: Taschen. 2000.
99. *Musello Christopher.* Family Photography // *Images of Information. Still Photography in the Social Sciences* / Red. Jon Wagner. Beverly Hills: Sage. 1979.
100. *Myrdal Gunnar.* An American Dilemma. Vol. 1-2. New York: Harper. 1944.
101. *Obrazy w działaniu. Studia z socjologii i antropologii obrazu* / Red. Krzysztof Olechnicki. Torun: Wydawnictwo UMK. 2003.
102. *Od fotografii do rzeczywistości wirtualnej* / Red. Maryla Hopfinger. Warszawa: Wyd. IBL PAN. 1997.
103. *Olechnicki Krzysztof.* Technika, praktyka i sztuka eseju fotograficznego // *Obrazy w działaniu. Studia z socjologii i antropologii obrazu* / Red. Krzysztof Olechnicki. Torun: Wydawnictwo UMK. 2003.
104. *Olechnicki Krzysztof, Szlendak Tomasz.* Wywiad z użyciem fotografii w metodologii badań socjologicznych i w praktyce społecznej // *ASK*. 2002. №11.
105. *Parsons Talcott.* The Structure of Social Action. New York: Free Press. 1937.
106. *Pease Allan.* Mowaciała/ Przel. Piotr Zak. Kielce: Jednosc. 2001.
107. *Peirce Charles S.* Philosophical Writings / Red. Justus Buchler. New York: Dover. 1955.
108. *Pink Sarah.* Doing Visual Ethnography. London: Sage. 2001.
109. *Principles of Visual Anthropology* / Red. Paul Hockings. The Hague: Mouton. 1995.
110. *Production of Culture and Cultures of Production* / Red. Paul Du Gay. London: Sage. 1997.
111. *Prosserjon, Schwartz Dona.* Photographs Within the Sociological Research Process // *Image-based Research* / Red. Jon Prosser. London: Routledge. 1998.
112. *Queirozjean Manuel de.* The Sociology of Everyday Life as a Perspective // *The Sociology of Everyday Life* / Red. Michel Mafessoli // *Current Sociology*. 1989. №1.
113. *Quilliam Susan.* Mowa ciała. Poznac i zrozumiec. Warszawa: Muza. 2000.
114. *Rawls Anne Warfield.* Editor's Introduction // *Garfinkel Harold, Ethnomethodology's Program* / Red. Anne Rawls. Boston: Rowman and Littlefield. 2002.

115. Representation. Cultural Representation and Signifying Practices / Red. Stuart Hall. London: Sage. 1997.
116. Rethinking Visual Anthropology / Red. Marcus Banks, Howard Morphy. New Haven: Yale University Press. 1997.
117. *Riggins Harold*. Fieldwork in the Living Room // The Socialness of Things / Red. Harold Riggins. New York: Mouton de Gruyter. 1994.
118. *Rose Gillian*. Visual Methodologies. London: Sage. 2001.
119. *Rosenberg Mark L.* Joel Bruinooge. The Experience of Illness // Exploring Society Photographically / Red. Howard Becker. Evanston: Northwestern University Press. 1981.
120. *Rydet Zofia*. O zapisie socjologicznym // Polska Sztuka Ludowa. Konteksty. 1997. №1-2.
121. *Saussure Ferdinand de*. Kurs j^zykoznawstwa ogolnego / Przet. Krystyna Kasprzyk. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN. 2002.
122. *Scherer Shawn*. A Photographic Method for the Recording and Evaluation of Cross-cultural Proxemic Interaction Pattern // Principles of Visual Anthropology / Red. Paul Hockings. The Hague: Mouton. 1995.
123. *Schutz Alfred*. On Phenomenology and Social Relations / Red. Helmut Wagner. Chicago: University of Chicago Press. 1970.
124. *Shama Simon*. Landscape and Memory. London: Fontana. 1995.
125. *Shanklin Eugenia*. When a Good Social Role is Worth Thousand Pictures // Images of Information. Still Photography in the Social Sciences / Red. Jon Wagner. Beverly Hilles: Sage. 1979.
126. *Sharrock W.W., Anderson D.* Directional Hospital Signs as Sociological Data // Information Design Journal. 1979. №1.
127. *Simmel Georg*. Sociology of the Senses. Visual Interaction // Introduction to the Science of Sociology / Red. Robert Park, Ernest Burgess. Chicago: University of Chicago Press. 1921 (przedruk eseju z 1908 roku).
128. Słownik socjologii i nauk społecznych / Red. Gordon Marshall. 1994 [Socjologia wizualna / Red. wyd. pol. Marek Tabin. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN. 2004].
129. The Sociology of Everyday Life / Red. Michel Mafessoli // Current Sociology. 1989. №1.
130. *Sontag Susan*. On Photography. New York: Farrar, Strauss and Giroux. 1978 [O fotografii / Przel. Sławomir Magala. Warszawa: Wydaw. Arrystyczne i Filmowe, 1986].
131. *Sorenson Richard, Jablonko Allison*. Research Filming of Naturally Occurring Phenomena. Basic Strategies // Principles of Visual Art-thropology / Red. Paul Hockings. The Hague: Mouton. 1995.
132. *Stasz Clarice*. The Early History of Visual Sociology // Images of Information. Still Photography in the Social Sciences / Red. Jon Wagner. Beverly Hills: Sage. 1995.
133. *Sturken Marita, Cartwright Lisa*. Practices of Looking. An Introduction to Visual Culture. Oxford: Oxford University Press. 2001.
134. *Suchar Charles S.* The Sociological Imagination and Documentary Still Photography. The Interrogatory Stance // Eyes Across the Water. The Amsterdam Conference on Visual Anthropology and Sociology / Red. Robert B. Flaes. Amsterdam: Her Spinhuis. 1989.

135. *Sztompka Piotr*. Pojecie struktury społecznej. Proba uogolnienia // *Studia Socjologiczne*. 1989. №3.
136. *Sztompka Piotr*. Socjologia. Analiza spoteczenstwa. Krakow: Znak. 2002.
137. *Swiat*. Fotografie dzieci z Jasionki i Krzytwej. Wolowiec: Wydawnictwo Czarne. 2002.
138. *Theory and Practice of Visual Sociology* / Red. Leonard M. Henny // *Current Sociology*. 1986. Vol. 34. №3.
139. *Thomas William I., Znaniecki Florian*. Chlop polski w Europie i Ameryce. T. I i II // Przel. Maryla Metelska i in. Warszawa. 1976
140. *Thompson John B*. The Media and Modernity. Cambridge: Polity Press. 1995.
141. *Thrasher Frederic M*. The Gang. Chicago: Chicago University Press. 1927.
142. *Tocqueville Alexis de*. O demokracji w Ameryce / Przel. Marcin Krol, Barbarajanicka. Krakow: Znak. 1996 [1848].
143. *Veblen Thorstein*. Teoria klasy prozniczej / Przei. Janina Frentzel-Zagorska. Warszawa. 1998 [1899].
144. *Viveiros de Castro Eduardo*. Two Rituals of the Xingu // *Exploring Society Photographically* / Red. Howard Becker. Evanston: Northwestern University Press. 1981.
145. *Wagner Helmut R*. Introduction. The Phenomenological Approach to Sociology // Alfred Schutz, On Phenomenology and Social Relations / Red. Helmut Wagner. Chicago: University of Chicago Press. 1970.
146. *Weegee (Arthur Fellig)*. Naked City. New York: Essential Books. 1945.
147. *Wilk Eugeniusz*. Miedzyaparatemapodmiotem//Autor-Film-Odbiorca/ Red. Helman Alicja. Wroclaw: Ossolineum. 1991.
148. *Willems Herbert*. Goffman Erving (1922-1982) // *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences* / Red. Neil J. Smelser, Paul Baltes. The Hague: Elsevier. 2001.
149. *Wright Terence*. Fotografia. Teorie realizmu i konwencji // *Polska Sztuka Ludowa. Konteksty*. 1997. №1-2.
150. *Woodiwiss Anthony*. The Visual in Social Theory. London: Athlone Press. 2001.
151. *Worth Sol, Adair John*. Through Navajo Eyes. Bloomington: Indiana University Press. 1972.
152. *Ziemilski Andrzej*. Fotografia a warsztat socjologa// *Fotografia*. 1981. №2.
153. *Znaniecki Florian*. Social Actions. New York: Farrar i Rinehart. 1936.
154. *On Humanistic Sociology* / Red. R. Bierstedt. Chicago: The University of Chicago Press. 1969.
155. *Zube Ervin*. Pedestrians and Wind // *Images of Information. Still Photography in the Social Sciences* / Red. Jon Wagner. Beverly Hills: Sage. 1979.

## Предметный указатель

автомобильная цивилизация 42  
авторская презентация 26  
автофотография 71-72  
анализ:  
    визуальный 58,61  
    герменевтический 78-83  
    иконографический 87  
    образа формальный 113  
    содержания 57-62  
археология свалок 42  
аэрофотосъемка 61

### В

вежливое невнимание 125  
вербальная эпоха 6 вербальное  
воображение 18 видимые  
культурные формы 1  
визуальная:  
    восприимчивость 7  
    история 61  
    реклама 92,98  
    социология 1,2-3  
    эпоха 6, 10  
визуальное воображение 16-18  
визуальные:  
    данные 12,16,30-33,44,102  
    представления 1, 7-11  
    проявления 1,12-14  
    стереотипы 10, 27, 58, 65  
визуальный универсум 1, 2-4,12  
виртуальные имитации 11  
внешнее наблюдение 50-51  
восприятие образа 95-96  
встреча 121 вторая социология  
103

геометрия социальная 60,91  
герменевтика образа 79  
гиперреальность 11 группы  
фокусные 71, 75  
гуманистическая социология  
104 гуманистический  
коэффициент 63

### Д

дагеротип 19, 20 двойная  
герменевтика 81 девиация 34,125  
действия 34-35,103-104,112-113  
- коллективные 37-38  
демонстрация:  
    намерений 126  
    пола 28-29  
денотация образа 11,85-87  
дискурс 96  
- визуальный 96  
дистанция:  
    индивидуальных признаков 37  
    интимная 36-37  
    публичная 37  
    социальная 37  
    интерактивная 60 домашние  
архивы 22,63-65  
драматургическая реализация  
124 -теория 120-128

евгеника 21

### Ж

жизненные возможности 90

заметки 109 знак  
10,84,109  
икона 84  
связи 127  
символ 85,109-110  
указатель 84-85, 109

### И

идеальная структура 89-90  
иконограмма 7  
иконография 92  
иконосфера социальная 1  
интерактивная структура 91  
интерпретация:  
    дискурсивная 94-100  
    иконологическая 87

- семиотическая 83-89  
социальная 35-37, 124-126  
структурная 89-94
- К
- калотипия 19,20 кинетика 62  
код образа 88 кодирование  
снимков 59 коллективное  
поведение 37-38  
коммерциализация 13  
компетенция визуальная 16-  
17 коннотация образа И, 85-87  
контакты и социальные  
отношения 35 контекст  
социальной жизни 14-15,56  
критический реализм 45-48,74  
круг Гутенберга 2-3, 6  
культура 38-39,106,111:  
визуальная 26  
материальная 24  
культурнический возврат 26  
культурные универсалии 41  
культурный код 20-21
- Л
- лексикон 96  
личные документы 62-67
- М
- макросоциология 106  
массовость культуры 6  
медиапространство 8  
межчеловеческое общение  
6,10,  
ИЗ  
метаобразы 16,17  
метафора драматургическая  
121-122  
метод:  
анализа содержания 57-62  
интервью с интерпретацией  
фотографии 67-71 личных  
документов 62-67  
наблюдения 48-57,112  
микросоциология 54,106  
мир жизни 107-108,109
- Н
- наблюдение 27, 48-57  
непосредственный контакт 108  
новая этнография 47 новый  
реализм 21 неконформизм 16  
нормативная структура 91-92
- О
- образный возврат 5,26 общество  
вербальной экспрессии 14 -  
визуальной экспрессии 14  
описание преиконографическое  
87 оральная эпоха 6 открытые  
отношения с фотографируемым  
53-54
- П
- парадигматическая реляция 88  
пейзаж культуры 12 первая  
социология 103 переговоры  
фотографа с фотографируемым  
47-48 пикторреализм 20 пластика  
тела 54, 62,82 поведение 34-35  
повествование фотографическое  
88 подручные знания 108-109  
показательное потребление 15  
полисемичность образа 95  
получатели образа 94 понимание  
79  
порядок взаимодействия 120  
постмодернизм (постсовремен-  
ность) 11  
потребительское общество 13  
презентация самого себя 64,122  
приватное пространство 9  
проксемика 37, 60 простые  
теории 101 публичное  
пространство 8 пунктум  
(punktum) 6,88
- разрыв 117  
реакции фотографируемых  
52-53,69

- реализм 47  
режим восприятия 98
- самосбывающееся пророчество 27  
семиотика 83-84  
символы 109  
синтагматическая реляция 88  
снобизм 94  
собственные территории 124  
современное общество 12-14  
социальная:  
    структура 89-90  
    топография 60-61  
    феноменология 107-113  
социальные неравенства 92,111  
социальные факты 118  
социальный порядок 119  
социологическое воображение 17  
социология повседневной жизни 105,118-119,130  
стадиум (studium) 6,87-88  
структура возможностей 93  
субъективистский возврат 25,105  
сценарий фотографии 56-57,128
- текстовая восприимчивость 7
- указания 39  
урбанизация 12-13
- Ф
- фотоателье 20
- фотографическое интервью 69-71, 75  
фотография:  
    авиационная 60-61  
    в социальной антропологии 24-25,51,52,105  
    любительская 22, 63  
    открыточная 21, 66  
    партнерская 25, 51, 67  
    семейная 22,63-66  
    социальная 19,23-24  
    социологическая 9,22,24-28,78  
    театральная 54-55  
    туристическая 66  
    функции в социологии 72-76  
фотоэссе 2,80-81  
функция:  
    выразительности 9  
    информационная 9  
    коммерческая 9  
    разъяснительная 9  
    связник 81  
фотографии в семейной жизни 63-65  
якорь 81
- хореография 62
- эгоцентрическая территория 125  
экстаз коммуникации 10  
эмпатия 80-81  
этнометодология 113-119  
эффект наблюдателя 55

*Учебное издание*

Петр Штомпка

ВИЗУАЛЬНАЯ СОЦИОЛОГИЯ  
Фотография как метод  
исследования

*Учебник*

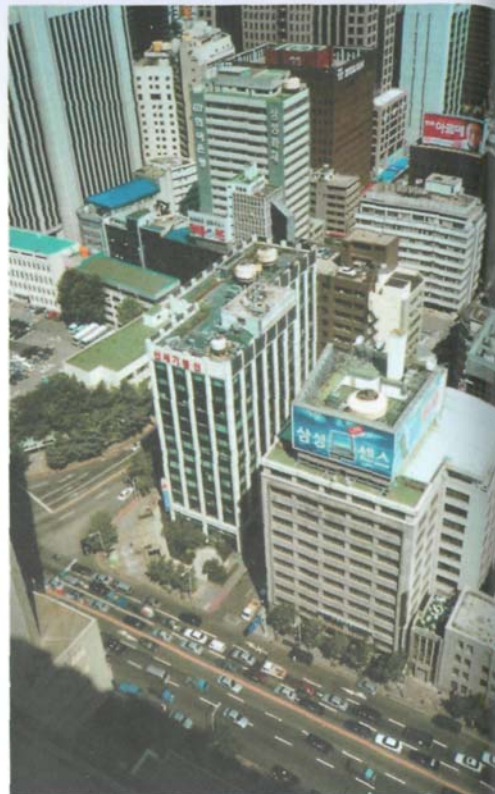
Редактор *Т. М. Толмачева*  
Корректор *А. В. Марыняк*  
Оформление *Т. Ю. Хрычевой*  
Компьютерная верстка *Е.Н. Кузнецова*



## ОРГАНИЗАЦИЯ ГОРОДСКОЙ ЖИЗНИ

В современных городах структура улиц и городская жизнь подчинены нуждам автомобилей

▼ Перед городской ратушей в Сеуле



▼ Автострады в Сан-Пауло



▲ Центр города Куала-Лумпур (Малайзия)

## ТАНЕЦ КАК ФОРМА ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТИ

Во многих культурах танец играет огромную роль как способ передачи опыта и эмоциональных состояний

► Брейк в центре  
Копенгагена



► Случайные прохожие  
танцуют на площади  
в Барселоне



▼ Танец огня. Куранда (Австралия)





## КОЛЛЕКТИВНОЕ ПОВЕДЕНИЕ

Уличные манифестации выглядят одинаково на любой географической широте

► Профсоюзы на улицах Барселоны



▲ Перед выборами на Рыночной площади в Кракове



▼ Профсоюзная демонстрация в Буэнос-Айресе



▼ Демонстрация иммигрантов из Ирана в Копенгагене



## ОТ ЗАБАВЫ ДО ИГРЫ

Спонтанную игру  
и игру по правилам  
отделяет один шаг

► Дети на батуте  
в копенгагенском Тиво-  
ли развлекаются рядом,  
но не вместе



◄ Катание на лодке требует  
внимания



► Борьба кун-фу –  
игра по определенным  
правилам



## КУЛЬТ УСОПШИХ

Память об усопших проявляется  
в различных культурах по-разному

► У памятника жертвам войны на Раковицком кладбище  
в Кракове

▼ Гробница Эвы Перон на кладбище  
в Буэнос-Айресе



▲▼ Раковицкое кладбище в День поминовения усопших



## HOMO OECONOMICUS

Преследуя чисто экономические цели,  
люди часто не принимают во внимание  
другие интересы



▲▼ «Туристы» шведского Хельсингборга активно раскупают дешевый алкоголь в датском городе-побратиме Хельсингёре





## ЗРИТЕЛИ

Присутствуя на каком-либо представлении или показе, люди ведут себя одинаково и одинаково ощущают себя в пространстве

▶ Театрик аборигенов в Куранде (Австралия)

▼ Дети смотрят на льва в зоопарке Бронкса



▲ Дети слушают уличных музыкантов в Брисбене (Австралия)



▲ Дети, зачарованные уличным театром в Копенгагене

## ОБЩЕСТВЕННЫЙ КОНТРОЛЬ ЧЕРЕЗ САНКЦИИ

Есть страны,  
где дорожные правила  
строго соблюдаются  
и обязательно выпол-  
няются



▶ На улице Dijver в Брюгге

▶ На Аллее Армии Крайовой в Кракове





## АРХЕОЛОГИЯ СОВРЕМЕННОЙ ЖИЗНИ

Материальные  
предметы, которыми  
оказывают себя люди,  
много говорят об их  
вкусах и предпочте-  
ниях



▲ Куклы на витрине магазина в Брюгге

▼ На блошином рынке в Копенгагене



## СВОБОДНОЕ ВРЕМЯ

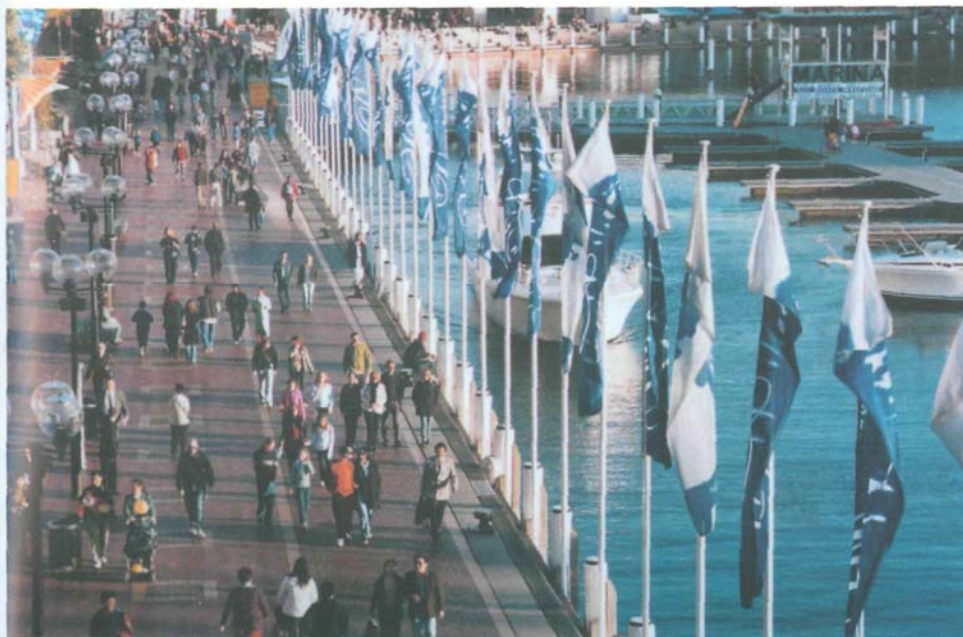
Портовая набережная – любимое  
место воскресного отдыха

► Портовая улица в Копенгагене



◀ В порту Сиднея

▼ Яхт-клуб в Сиднее





## СВЯТЫНИ ПОТРЕБЛЕНИЯ

Сегодня место старинных дворцов заняли торговые дома и супермаркеты

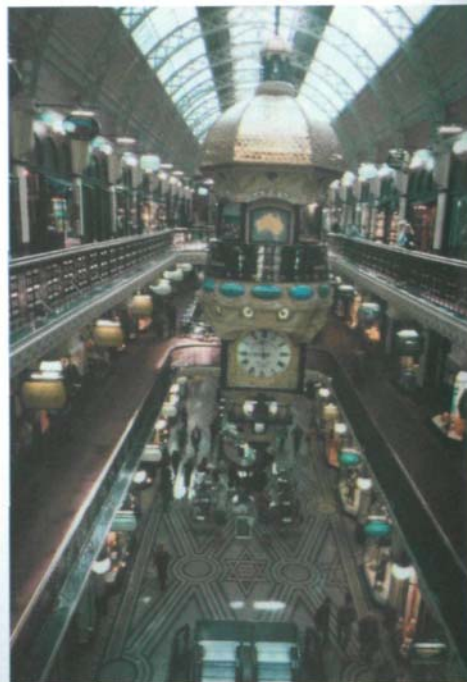
► *Торговый дом в Сан-Пауло*



▼ *Торговый дом в Буэнос-Айресе*



▼ *Торговый дом в Сиднее*

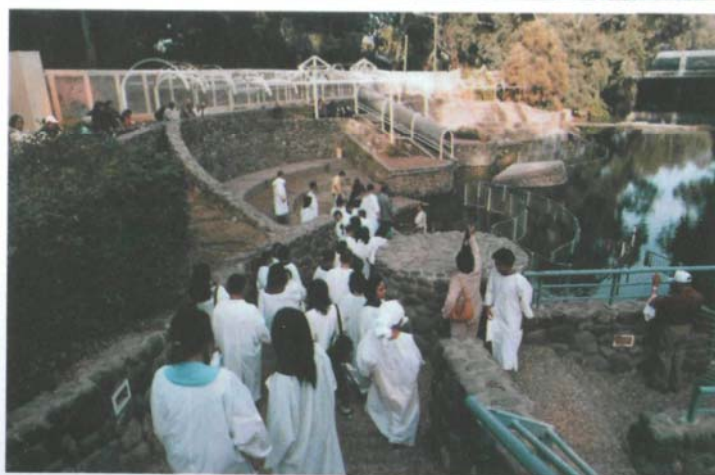


## «РЕЛИГИОЗНЫЙ» ТУРИЗМ

Места религиозного культа  
часто становятся  
туристическим объектом



▶ Паломники со всего мира  
принимают «крещение»  
в реке Иордан





## ПОХОДНЫЙ ПОРЯДОК

Идя вместе,  
люди часто  
образуют  
характерную  
структуру



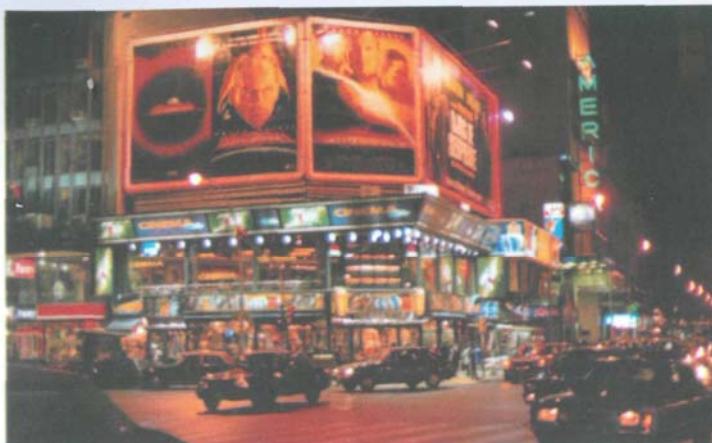
- ▶ Группа школьников на экскурсии в Брюгге
- ▼ Королевская гвардия в Копенгагене



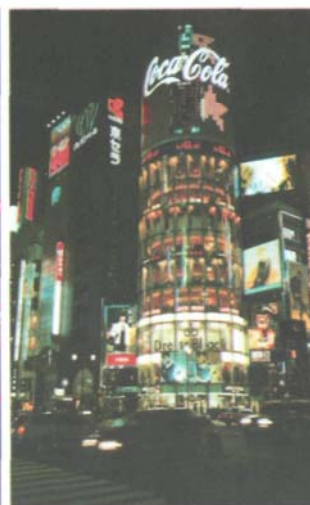
## КОММЕРЧЕСКАЯ ЦИВИЛИЗАЦИЯ

Бесцеремонная коммерция  
не оставляет улицы больших  
городов даже ночью

▶▶ На углу Авенида Корьнзес  
в Буэнос-Айресе



▼ Милан, площадь



▲ В торговом районе Токио





## ВРЕМЕННЫЕ ГРУППЫ

Туристы на ограниченное время объединяются в группы, которые распадаются после мероприятия



▶ Школьная экскурсия отдыхает на Рыночной площади в Брюгге

▼ Японские туристы осматривают каналы Брюгге



▼ Паломники на площади Св. Петра в Риме



## РЕЛИГИОЗНАЯ МОРАЛЬ

Религия весьма насыщена символикой и сложными ритуальными формами, что особенно проявляется в период религиозных праздников

▼ Семья направляется в аббатство в Тынице святить пасхальные корзиночки



▼ Процессия на острове Парос в Греции

▲ Корзиночки для освящения на краковской Рыночной площади

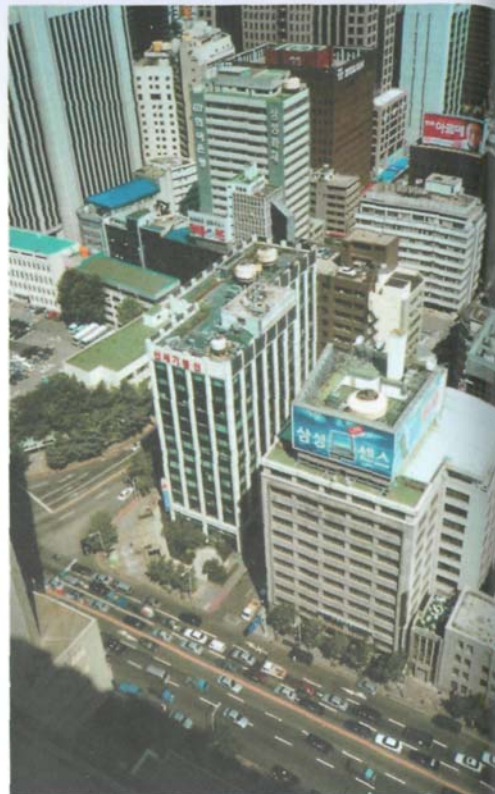




## ОРГАНИЗАЦИЯ ГОРОДСКОЙ ЖИЗНИ

В современных городах структура улиц и городская жизнь подчинены нуждам автомобилей

▼ Перед городской ратушей в Сеуле



▼ Автострады в Сан-Пауло



▲ Центр города Куала-Лумпур (Малайзия)

## ТАНЕЦ КАК ФОРМА ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТИ

Во многих культурах танец играет огромную роль как способ передачи опыта и эмоциональных состояний

► Брейк в центре  
Копенгагена



► Случайные прохожие  
танцуют на площади  
в Барселоне



▼ Танец огня. Куранда (Австралия)





## КОЛЛЕКТИВНОЕ ПОВЕДЕНИЕ

Уличные манифестации выглядят одинаково на любой географической широте

► Профсоюзы на улицах Барселоны



▲ Перед выборами на Рыночной площади в Кракове



▼ Профсоюзная демонстрация в Буэнос-Айресе



▼ Демонстрация иммигрантов из Ирана в Копенгагене



## ОТ ЗАБАВЫ ДО ИГРЫ

Спонтанную игру  
и игру по правилам  
отделяет один шаг

► Дети на батуте  
в копенгагенском Тиво-  
ли развлекаются рядом,  
но не вместе



◄ Катание на лодке требует  
внимания



► Борьба кун-фу –  
игра по определенным  
правилам



## КУЛЬТ УСОПШИХ

Память об усопших проявляется  
в различных культурах по-разному

► У памятника жертвам войны на Раковицком кладбище  
в Кракове

▼ Гробница Эвы Перон на кладбище  
в Буэнос-Айресе



▲▼ Раковицкое кладбище в День поминовения усопших



## HOMO OECONOMICUS

Преследуя чисто экономические цели,  
люди часто не принимают во внимание  
другие интересы



▲▼ «Туристы» шведского Хельсингборга активно раскупают дешевый алкоголь в датском городе-побратиме Хельсингёре





## ЗРИТЕЛИ

Присутствуя на каком-либо представлении или показе, люди ведут себя одинаково и одинаково ощущают себя в пространстве

▶ Театрик аборигенов в Куранде (Австралия)

▼ Дети смотрят на льва в зоопарке Бронкса



▲ Дети слушают уличных музыкантов в Брисбене (Австралия)



▲ Дети, зачарованные уличным театром в Копенгагене

## ОБЩЕСТВЕННЫЙ КОНТРОЛЬ ЧЕРЕЗ САНКЦИИ

Есть страны,  
где дорожные правила  
строго соблюдаются  
и обязательно выпол-  
няются



▶ На улице Dijver в Брюгге

▶ На Аллее Армии Крайовой в Кракове





## АРХЕОЛОГИЯ СОВРЕМЕННОЙ ЖИЗНИ

Материальные  
предметы, которыми  
оказывают себя люди,  
много говорят об их  
вкусах и предпочте-  
ниях



▲ Куклы на витрине магазина в Брюгге

▼ На блошином рынке в Копенгагене



## СВОБОДНОЕ ВРЕМЯ

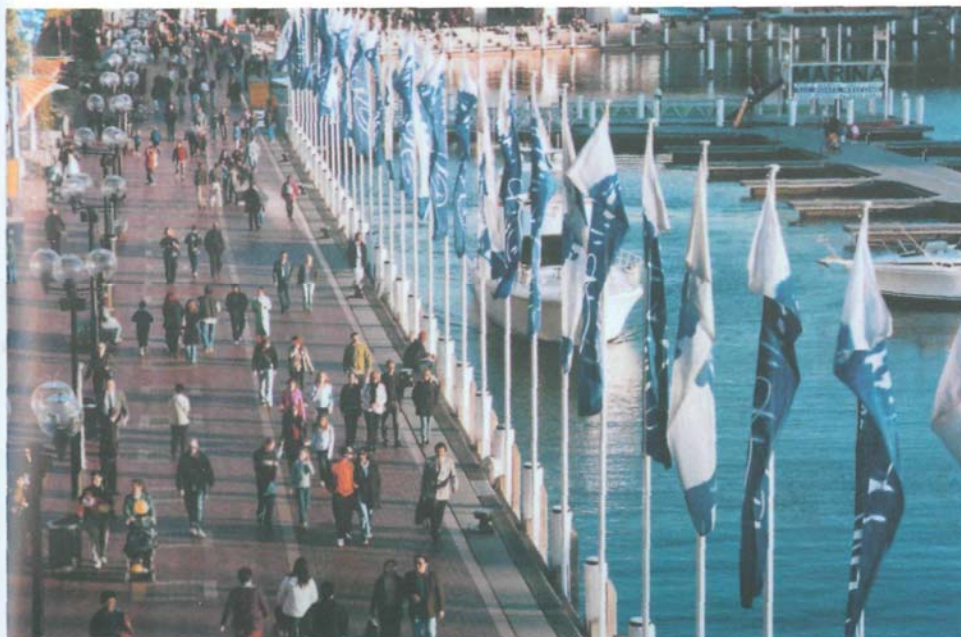
Портовая набережная – любимое  
место воскресного отдыха

► Портовая улица в Копенгагене



◀ В порту Сиднея

▼ Яхт-клуб в Сиднее





## СВЯТЫНИ ПОТРЕБЛЕНИЯ

Сегодня место старинных дворцов заняли торговые дома и супермаркеты

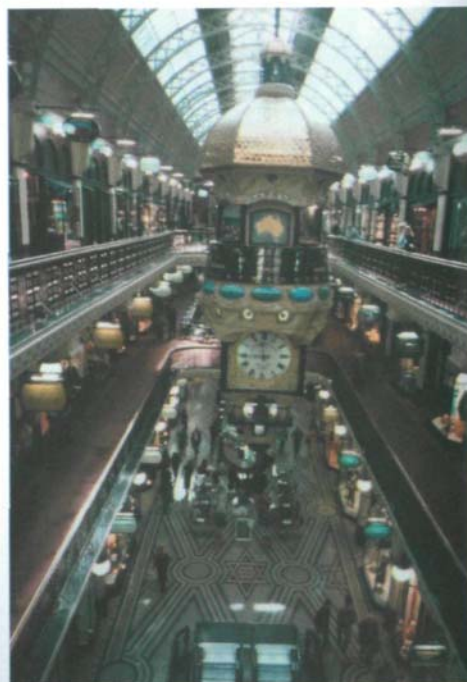
► *Торговый дом в Сан-Пауло*



▼ *Торговый дом в Буэнос-Айресе*



▼ *Торговый дом в Сиднее*

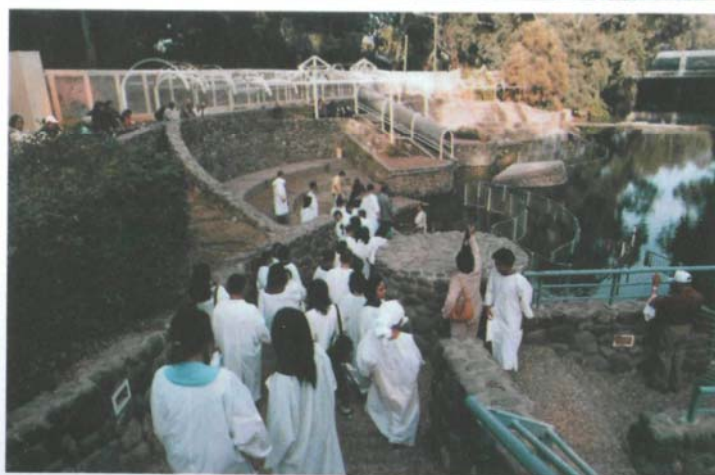


## «РЕЛИГИОЗНЫЙ» ТУРИЗМ

Места религиозного культа  
часто становятся  
туристическим объектом



▶ Паломники со всего мира  
принимают «крещение»  
в реке Иордан





## ПОХОДНЫЙ ПОРЯДОК

Идя вместе,  
люди часто  
образуют  
характерную  
структуру



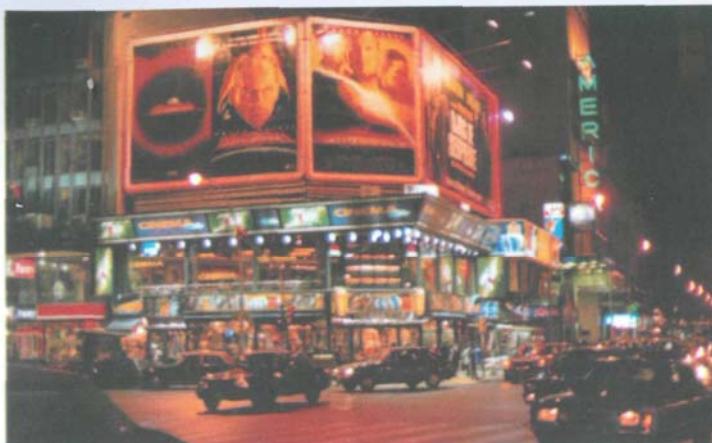
- ▶ Группа школьников на экскурсии в Брюгге
- ▼ Королевская гвардия в Копенгагене



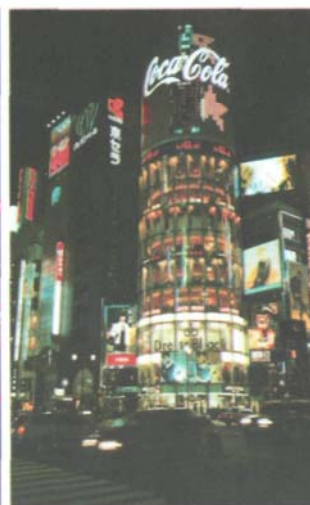
## КОММЕРЧЕСКАЯ ЦИВИЛИЗАЦИЯ

Бесцеремонная коммерция  
не оставляет улицы больших  
городов даже ночью

▶▶ На углу Авенида Корьнзес  
в Буэнос-Айресе



▼ Милан, площадь



▲ В торговом районе Токио





## ВРЕМЕННЫЕ ГРУППЫ

Туристы на ограниченное время объединяются в группы, которые распадаются после мероприятия



▶ Школьная экскурсия отдыхает на Рыночной площади в Брюгге

▼ Японские туристы осматривают каналы Брюгге



▼ Паломники на площади Св. Петра в Риме



## РЕЛИГИОЗНАЯ МОРАЛЬ

Религия весьма насыщена символикой и сложными ритуальными формами, что особенно проявляется в период религиозных праздников

▼ Семья направляется в аббатство в Тынице святить пасхальные корзиночки



▼ Процессия на острове Парос в Греции

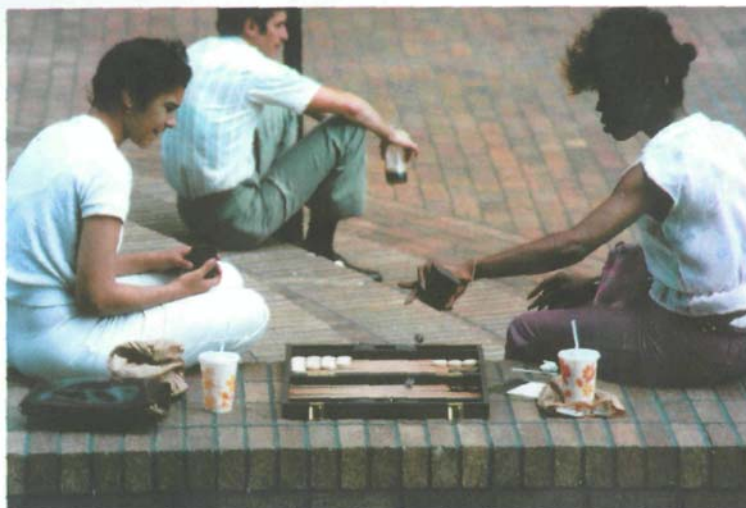
▲ Корзиночки для освящения на краковской Рыночной площади





## ПРОСТЫЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В ПАРАХ

Самым простым элементом общественной жизни является двойственная интеракция



▶ *Партия в трик-трак на тротуаре в Нью-Йорке*



◀ *Беседа двух ученых*

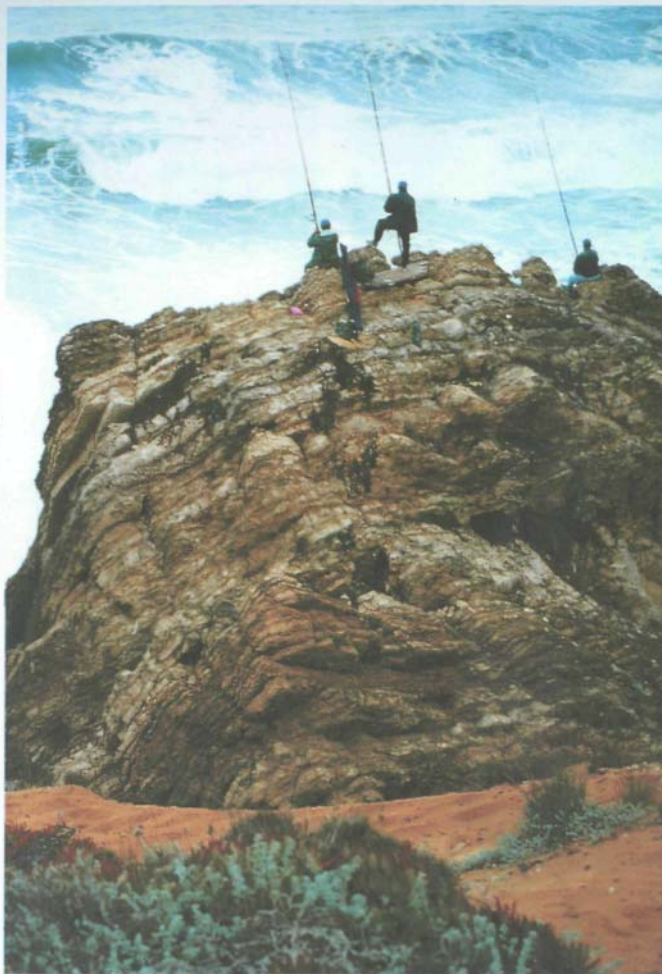
▼ *Торговля овощами на базаре в Хобарте (Тасмания)*



## СВОБОДНЫЕ ФОРМЫ КОЛЛЕКТИВНОСТИ

Собрания людей – это еще не группа; находясь рядом, люди могут не создавать единства, они могут быть рядом, но не вместе

▶ Рыбаки на скалах Атлантики  
(Португалия)



▲ Бар быстрого обслуживания  
в Сиднее



▶ Веселый городок  
в Санта-Крус (Калифорния)



## СПОРТИВНЫЕ СОРЕВНОВАНИЯ

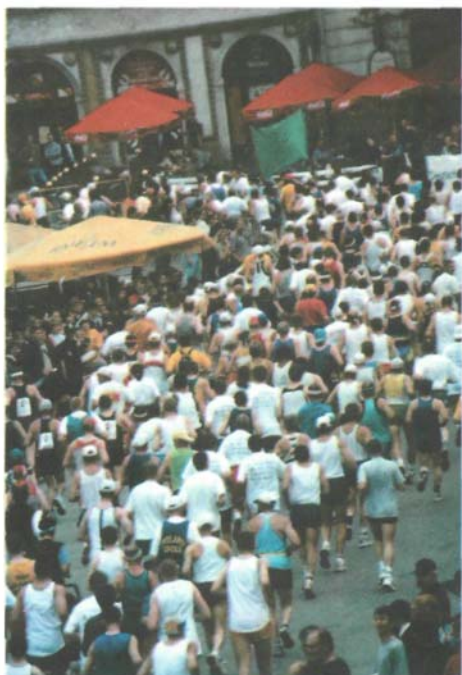
Спорт является областью, в которой люди сравнивают себя с другими наиболее рациональным способом

▶ На Рыночной площади в Кракове дети разминаются перед марафоном



◀ Спортивные амбиции рождаются очень рано. Этот мальчик хочет догнать марафонцев

▼ Марафонский старт на Рыночной площади в Кракове



▼ Марафонцы уже на трассе



## УНИВЕРСАЛЬНЫЕ ЗАБАВЫ

Трудно понять, почему в любой стране кормление голубей является любимым развлечением детей и взрослых

▶ На Плаза де Майо,  
в Буэнос-Айресе



▼▲ На Рыночной площади в Кракове



▲ На Рыночной площади в Милане





## УНИФОРМА КАК ДЕМОНСТРАЦИЯ СТАТУСА

Очень многие люди в нашем окружении сообщают нам о своей профессии или роде занятий посредством особенной одежды



▲ Моряк на вахте у памятника солдатам, погибшим в войне за Фолькленды (Буэнос-Айрес)

▼ «Ангелочек» продает облатки на праздничной ярмарке в Кракове



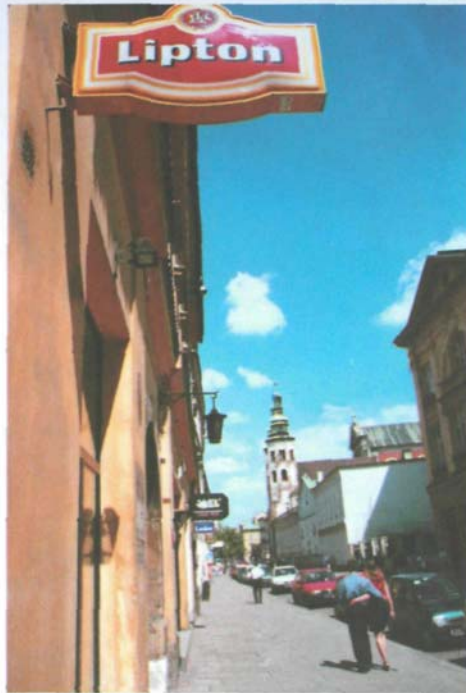
▼ Плетение кружев на улице в Брюгге



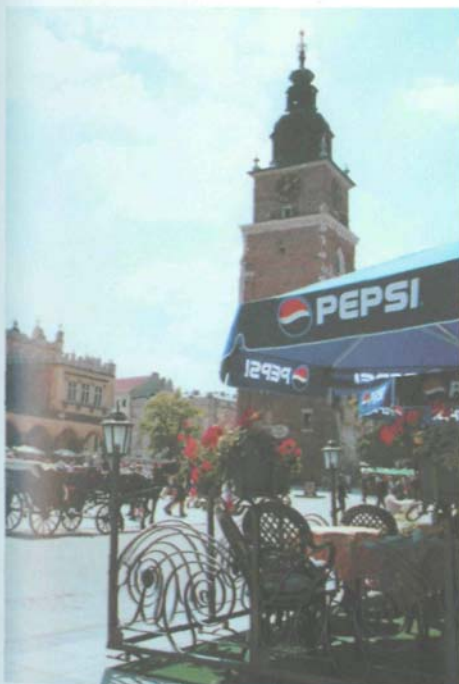
## ЭКСПАНСИЯ МНОГОНАЦИОНАЛЬНЫХ КОРПОРАЦИЙ

Крупные международные корпорации имеют свои отделения во многих странах, и их фирменные знаки присутствуют на улицах современных городов

▼ Улица Гродзка в Кракове



▼ Башня Ратуши на Рыночной площади в Кракове



▼ Мариацкий костел в Кракове





## ИЗМЕНЕНИЕ КУЛЬТУРНОЙ ФУНКЦИИ

Пролетка, как и другой объект, в новой ситуации может выполнять новые функции, например носителя рекламы



▲ Реклама кофе «Якобс» на краковской пролетке

▶ Краковский извозчик рекламирует кофе «Якобс»



▼ Краковская пролетка



## КУЛЬТУРНЫЕ УНИВЕРСАЛИИ ЭРЫ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Интернет-кафе в последнее время стали распространенным институтом в различных странах

▼ Улица Флорианская в Кракове



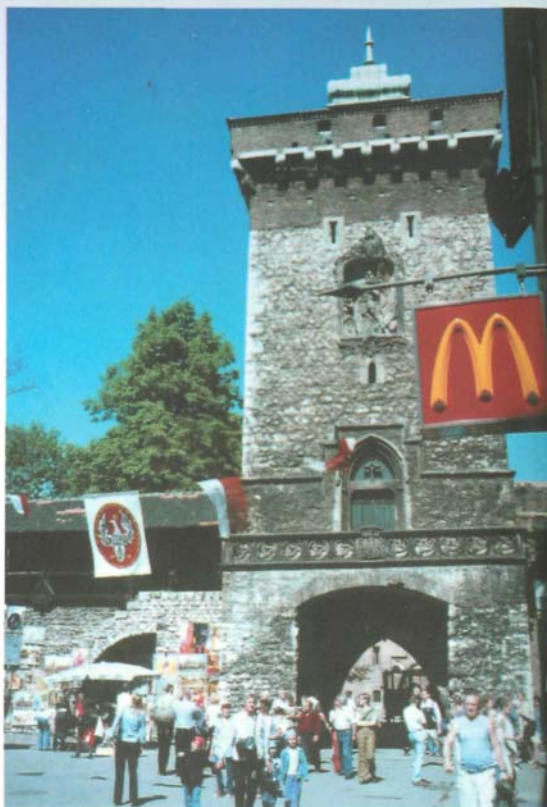
▲▼ Сукеннице (Суконный ряд) в Кракове





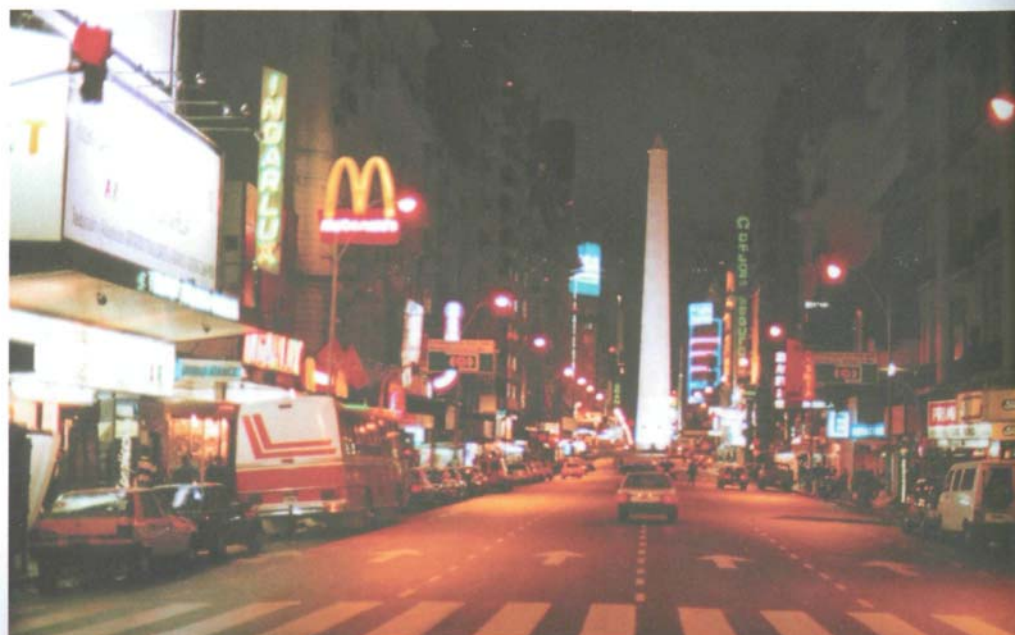
## «МАКДОНАЛИЗАЦИЯ» ОБЩЕСТВА

Метафорическое понятие  
«макдонализации» иногда  
приобретает дословный  
смысл



► Флорианские ворота в Кракове

▼ Авенида Корьентес, Буэнос-Айрес



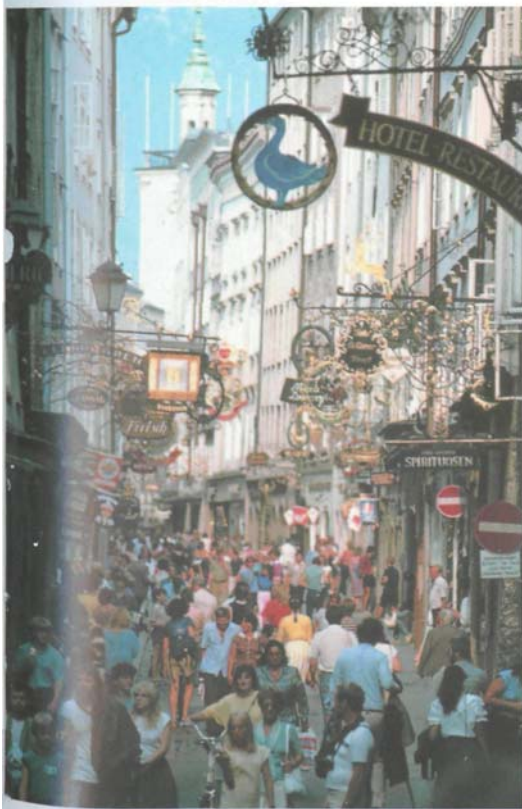
## КОММЕРСАЛИЗАЦИЯ ГОРОДСКОГО ПЕЙЗАЖА

В современных городах эстетика улиц насыщена рекламами, плакатами и названиями учреждений

▶ Фруктовая дорога в Сингапуре



▼ Улица в Зальцбурге



▼ Улица Флорианская в Кракове





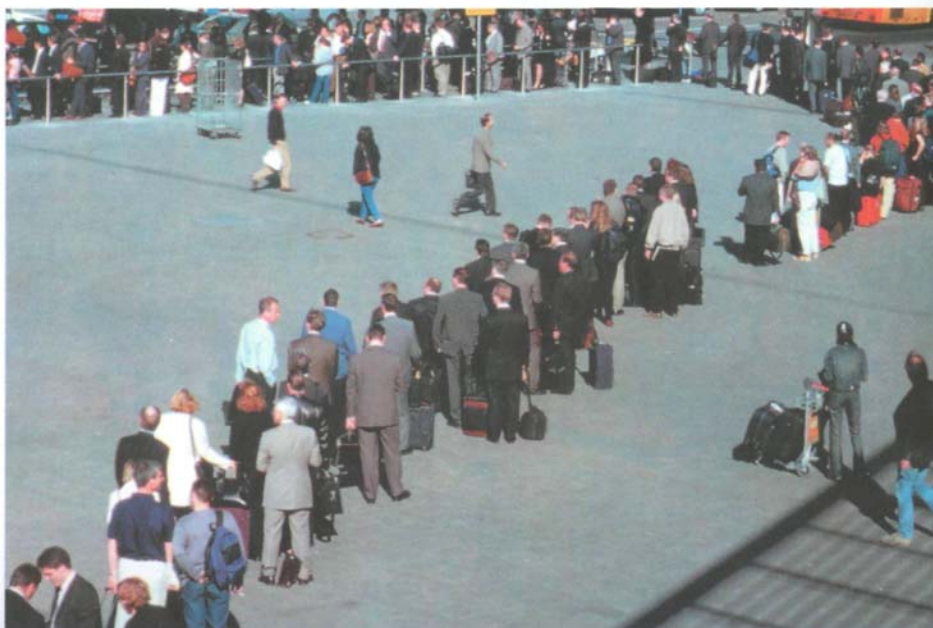
## ОЧЕРЕДЬ КАК ФОРМА КОЛЛЕКТИВНОСТИ

Подобные формы могут принимать коллективы совершенно различного характера. Очередь – это форма упорядоченного в пространстве коллектива



▲ Очередь к гробу Христову в костеле Св. Яна в Кракове (Страстная пятница)

▼ Бизнесмены в очереди на такси в аэропорту Шипхол в Амстердаме



## КУЛЬТУРНО ОБОЗНАЧЕННЫЙ РИТМ ЖИЗНИ

Отдельные культуры различаются  
темпом и ритмом ежедневной  
жизни

► Спешащие толпы народа  
в торговом районе Буэнос-Айреса



▼ В городке Аоста время течет  
медленно





## АГРЕССИВНОСТЬ РЕКЛАМЫ

Хотим мы этого или нет, но, живя в большом городе, мы приговорены к агрессивной рекламе, которая атакует нас со всех сторон

▶ Улица Любич в Кракове



▶ На Рыночной площади в Кракове



▼ Улица в Буэнос-Айресе



## ГРУППЫ, СОБРАННЫЕ ПО ИНТЕРЕСАМ

Сосредотачивая внимание на одном объекте или событии, люди иногда объединяются в группы

► Пиршество на улице в Копенгагене



▼ Местные жители собираются перед руинами сгоревшего костела (Воля Юстовска, Краков)



▼ Группа туристов на площади в Брюгге





## КООПЕРАЦИЯ В ГРУППАХ

Для выполнения определенных заданий создаются кооперации своеобразной формы либо только выполняются дополнительные отдельные действия или сложная координация их

► Ремонт на Рыночной площади в Кракове



◀ Уличный оркестр в Копенгагене

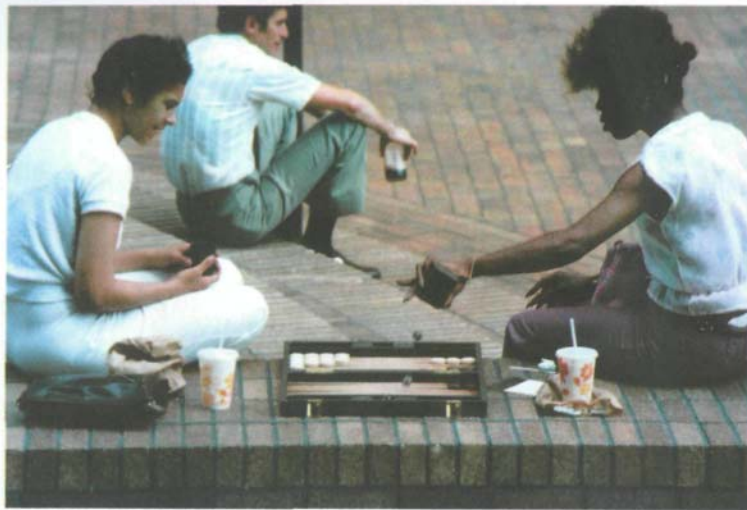


▼ Гребцы на Рио де Ла Плата в Аргентине



## ПРОСТЫЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В ПАРАХ

Самым простым элементом общественной жизни является двойственная интеракция



▶ *Партия в трик-трак на тротуаре в Нью-Йорке*



◀ *Беседа двух ученых*

▼ *Торговля овощами на базаре в Хобарте (Тасмания)*



## ПРАЗДНИЧНЫЕ ОБЫЧАИ

В праздничных ситуациях люди часто берутся за фотоаппарат, чтобы сохранить такие моменты в памяти

► Молодая супружеская пара фотографируется в центре Куала-Лумпура



▼ В Пасхальную субботу на Рыночной площади в Кракове

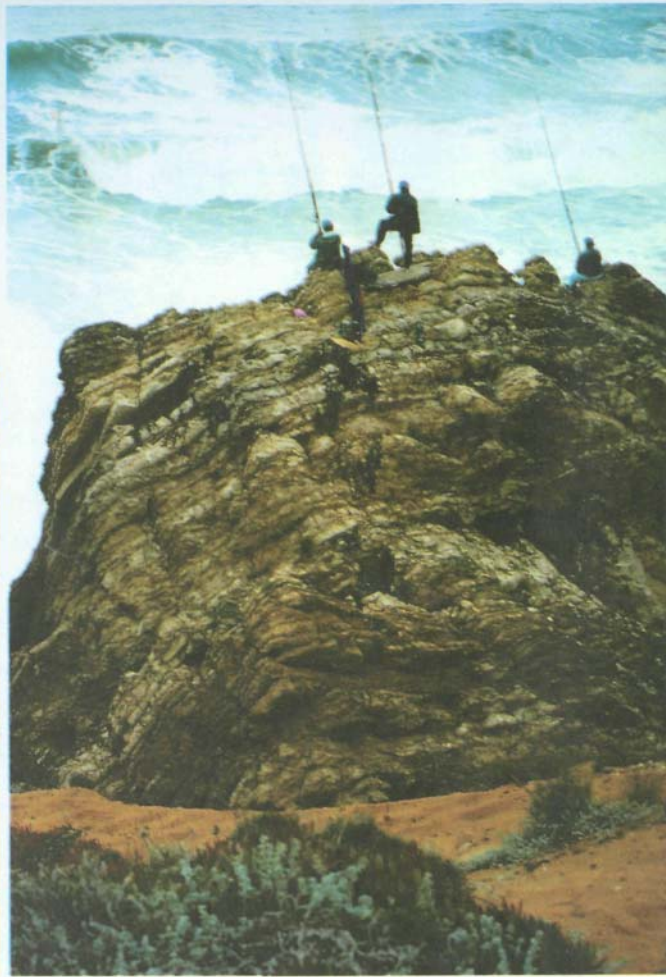
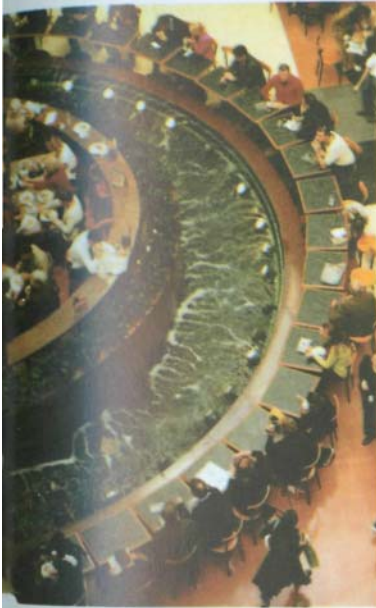




## СВОБОДНЫЕ ФОРМЫ КОЛЛЕКТИВНОСТИ

Собрания людей – это еще не группа; находясь рядом, люди могут не создавать единства, они могут быть рядом, но не вместе

► Рыбаки на скалах Атлантики (Португалия)



▲ Бар быстрого обслуживания в Сиднее



► Веселый городок в Санта-Крус (Калифорния)

## СПОРТИВНЫЕ СОРЕВНОВАНИЯ

Спорт является областью, в которой люди сравнивают себя с другими наиболее рациональным способом

▶ На Рыночной площади в Кракове дети разминаются перед марафоном



▼ Марафонский старт на Рыночной площади в Кракове



◀ Спортивные амбиции рождаются очень рано. Этот мальчик хочет догнать марафонцев

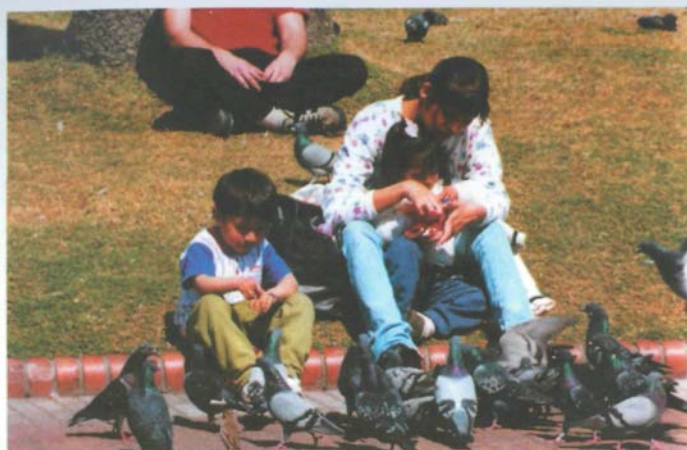
▼ Марафонцы уже на трассе





## УНИВЕРСАЛЬНЫЕ ЗАБАВЫ

Трудно понять, почему в любой стране кормление голубей является любимым развлечением детей и взрослых



▶ На Плаза де Майо,  
в Буэнос-Айресе



▼ На Рыночной площади в Кракове



▲ На Рыночной площади в Милане



## УНИФОРМА КАК ДЕМОНСТРАЦИЯ СТАТУСА

Очень многие люди в нашем окружении сообщают нам о своей профессии или роде занятий посредством особенной одежды

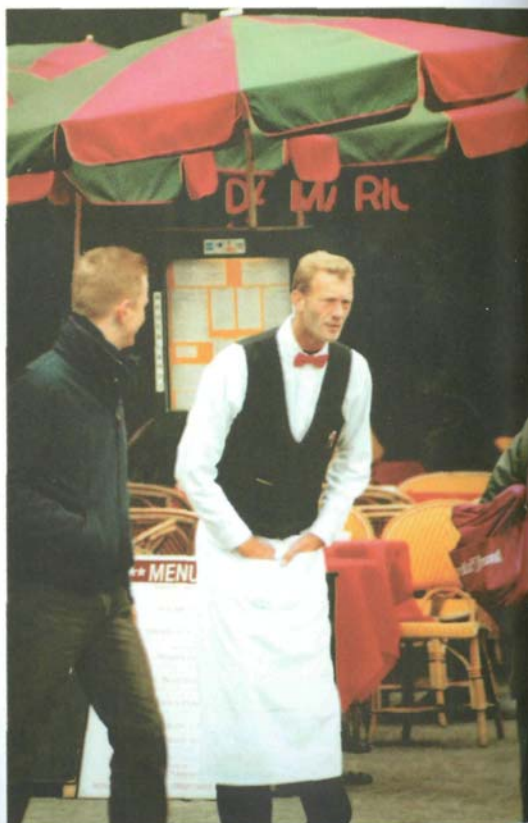


▲ Моряк на вахте у памятника солдатам, погибшим в войне за Фолькленды (Буэнос-Айрес)

▼ «Ангелочек» продает облатки на праздничной ярмарке в Кракове



▼ Официант приглашает в ресторан на Рыночной площади в Брюгге



▼ Плетение кружев на улице в Брюгге

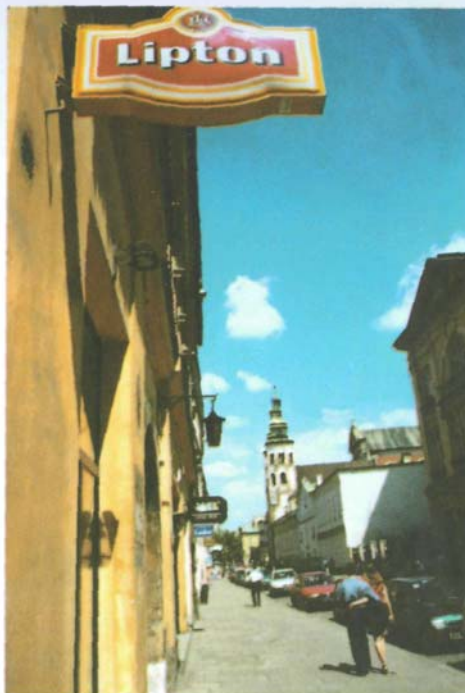




## ЭКСПАНСИЯ МНОГОНАЦИОНАЛЬНЫХ КОРПОРАЦИЙ

Крупные международные корпорации имеют свои отделения во многих странах, и их фирменные знаки присутствуют на улицах современных городов

▼► Улица Гродзка в Кракове



▼ Башня Ратуши на Рыночной площади в Кракове



▼ Марицкий костел в Кракове





## ИЗМЕНЕНИЕ КУЛЬТУРНОЙ ФУНКЦИИ

Пролетка, как и другой объект, в новой ситуации может выполнять новые функции, например носителя рекламы



▲ Реклама кофе «Якобс» на краковской пролетке

▶ Краковский извозчик рекламирует кофе «Якобс»

▼ Краковская пролетка



## КУЛЬТУРНЫЕ УНИВЕРСАЛИИ ЭРЫ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Интернет-кафе в последнее время стали распространенным институтом в различных странах

▼ Улица Флорианская в Кракове



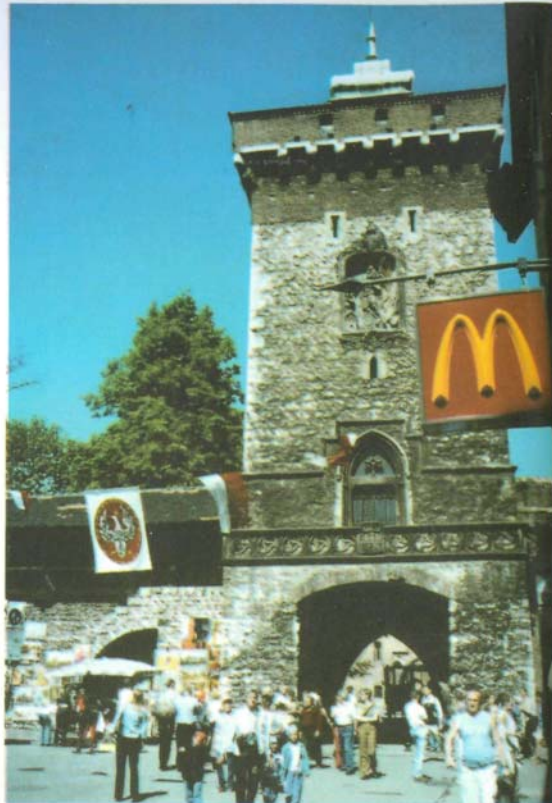
▲▼ Сукеннице (Суконный ряд) в Кракове





## «МАКДОНАЛИЗАЦИЯ» ОБЩЕСТВА

Метафорическое понятие  
«макдонализации» иногда  
приобретает дословный  
смысл



► *Флорианские ворота в Кракове*

▼ *Аvenida Корьентес, Буэнос-Айрес*



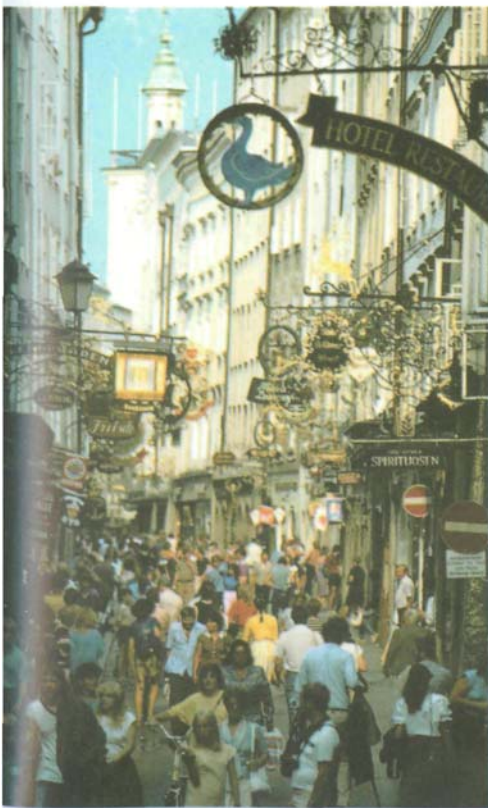
## КОММЕРСАЛИЗАЦИЯ ГОРОДСКОГО ПЕЙЗАЖА

В современных городах эстетика улиц насыщена рекламами, плакатами и названиями учреждений

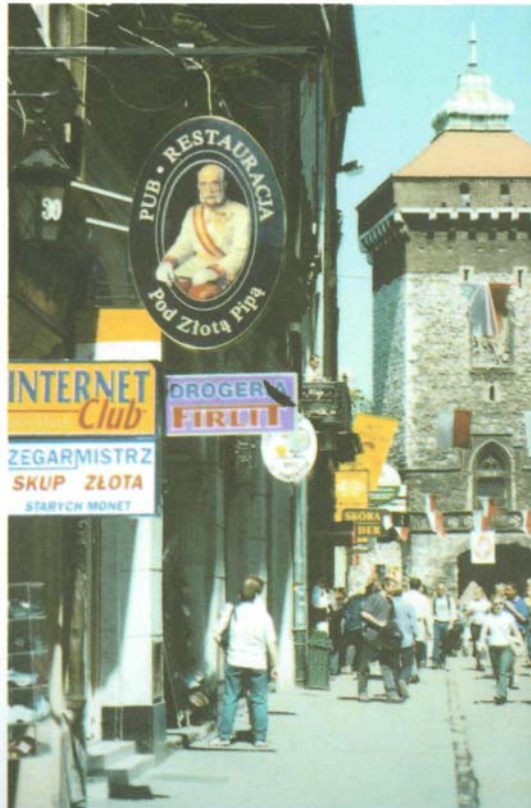


▶ Фруктовая дорога в Сингапуре

▼ Улица в Зальцбурге



▼ Улица Флорианская в Кракове





## ОЧЕРЕДЬ КАК ФОРМА КОЛЛЕКТИВНОСТИ

Подобные формы могут принимать коллективы совершенно различного характера. Очередь — это форма упорядоченного в пространстве коллектива



▲ Очередь к гробу Христову в костеле Св. Яна в Кракове (Страстная пятница)

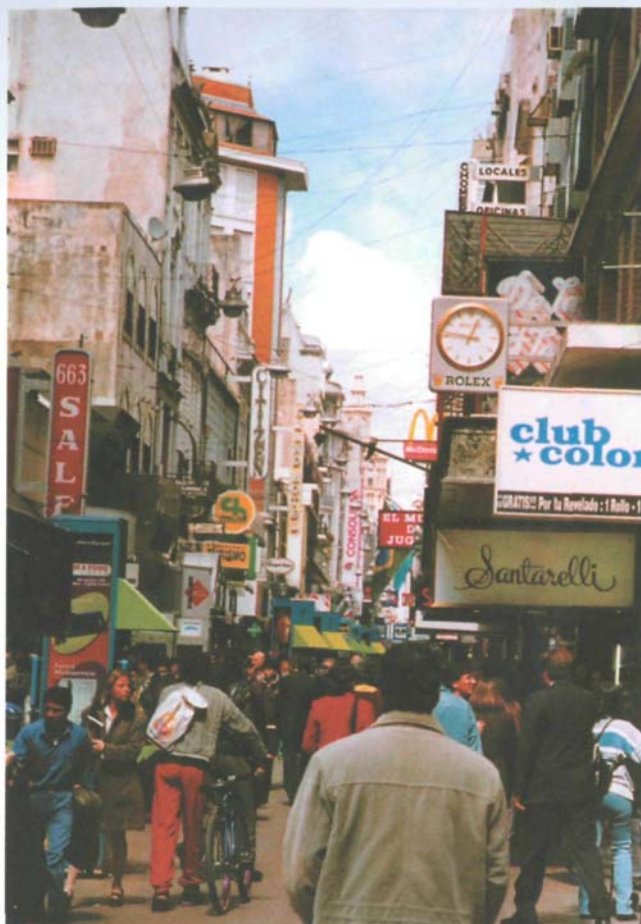
▼ Бизнесмены в очереди на такси в аэропорту Шипхол в Амстердаме



## КУЛЬТУРНО ОБОЗНАЧЕННЫЙ РИТМ ЖИЗНИ

Отдельные культуры различаются  
темпом и ритмом ежедневной  
жизни

► Спешащие толпы народа  
в торговом районе Буэнос-Айреса



▼ В городке Аоста время течет  
медленно





## АГРЕССИВНОСТЬ РЕКЛАМЫ

Хотим мы этого или нет, но, живя в большом городе, мы приговорены к агрессивной рекламе, которая атакует нас со всех сторон

► Улица Любич  
в Кракове



► На Рыночной площади в Кракове

▼ Улица в Буэнос-Айресе



## ГРУППЫ, СОБРАННЫЕ ПО ИНТЕРЕСАМ

Сосредоточивая внимание на одном объекте или событии, люди иногда объединяются в группы

► Пиршество на улице в Копенгагене



▼ Местные жители собираются перед руинами сгоревшего костела (Воля Юстовска, Краков)



▼ Группа туристов на площади в Брюгге





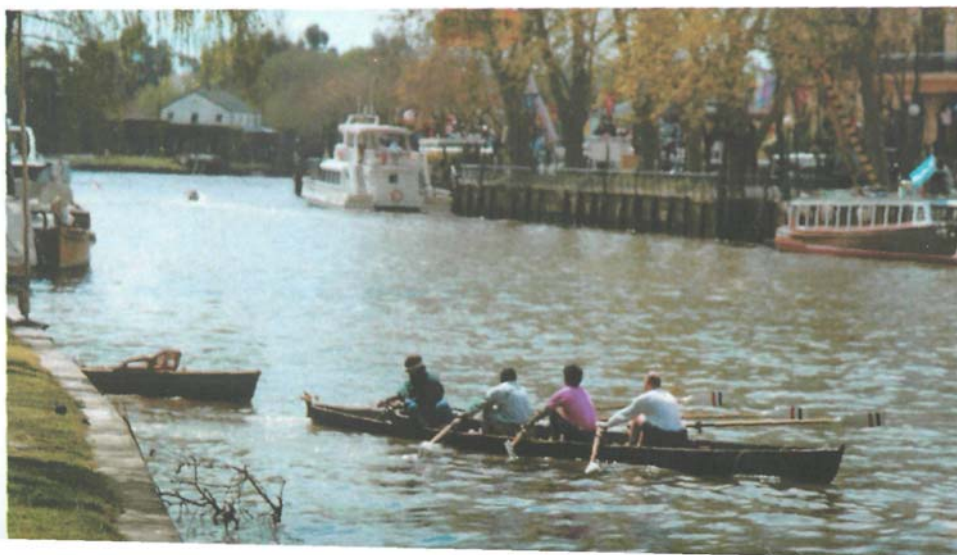
## КООПЕРАЦИЯ В ГРУППАХ

Для выполнения определенных заданий создаются кооперации своеобразной формы либо только выполняются дополнительные отдельные действия или сложная координация их

► Ремонт на Рыночной площади в Кракове



◀ Уличный оркестр в Копенгагене



▼ Гребцы на Рио де Ла Плата в Аргентине