

Р. ЧАЛФЕН

СЕМЕЙНЫЕ ФОТОГРАФИИ КАК КОММУНИКАЦИЯ ПОСРЕДСТВОМ ИЗОБРАЖЕНИЙ

Предложен подход к описанию собраний семейных фотографий в рамках качественной методологии. Ставится цель показать культурное значение любительской фотографии как повсеместно распространенной формы визуальной, более узко, домашней коммуникации¹. Описательная модель, включающая набор событий и компонентов [коммуникации], взятых из социолингвистики и этнографии речи, предназначена для детального исследования изображений на семейных фотографиях и того, как в них репрезентируются определенные версии жизни людей. Показано, как конструирование, организация и использование семейных фотографий могут быть представлены в качестве социальной деятельности.

Ключевые слова: визуальная социология, семейная фотография, коммуникация.

Введение

Цель статьи — предложить подход к исследованию собраний пикториальных артефактов, обычно не привлекающих внимания, — любительских фотографий. Мой интерес сфокусирован на коллекциях семейных фотографий. Я ставлю следующие задачи:

- 1) связать интеллектуальный интерес к любительской фотографии с признанием культурного значения широко распространенных коллекций любительских снимков;
- 2) предложить модель критического анализа любительской фотографии в связке с соответствующими методами полевой работы;
- 3) продвинуться в понимании того, как создание, организацию и использование семейных фотографий можно исследовать в качестве социальной деятельности. Несмотря на то, что основной упор сделан на проблемы коммуникации, предлагаемый мною качественный подход тесно связан с прошлыми и текущими исследованиями в области визуальной социологии и антропологии.

Ричард Чалфен (Richard Chalfen) — почетный профессор Университета Темпл (Temple University). **Адрес:** 300 Longwood Avenue, Boston, MA 02115 USA. **Телефон:** 8–10– 1 (617) 355–5420.

Электронная почта: Richard.Chalfen@childrens.harvard.edu

Перевод с англ. яз. А.В. Печуриной сделан по изданию: Image-based research: A source book for qualitative research / Ed. by I. Prosser. London: RoutledgeFalmer, 1998. Перевод публикуется с разрешения автора.

¹ Формы домашней коммуникации автор систематически противопоставляет формам массовой коммуникации. — *Прим. перев.*

Социальный подход к пикториальному миру

Раньше у обычных людей никогда не было так много изображений самих себя, как сейчас, идет ли речь о картинах, набросках, рисунках, оттисках, гравюрах или фотографиях. Фотоаппараты массового потребления помогают людям увидеть собственные изображения и изображения своей частной жизни, ранее доступные только обеспеченным слоям общества или даже элите — людям, принадлежащим к политическим, религиозным или артистическим кругам. По существу в наше время каждый может сделать свою фотографию, и обычные люди имеют возможность гораздо полнее документировать свою жизнь, чем раньше. Сегодня обычным людям уже не нужно прибегать к помощи профессионального фотографа и других «посторонних», чтобы получить свое изображение; они могут снимать себя сами². Эти относительно новые обстоятельства в истории производства образов открывают широкое поле для визуальных исследований.

В целом, систематические исследования отдельных коллекций снимков и вообще семейных кинофото документов оставлены без внимания. Активно изучаются содержание материалов СМИ, организационная структура массовой коммуникации, функции каналов СМИ и безличные формы сообщений. Иными словами, мы увлеклись (или соблазнились) изучением профессионально сделанных отображений мира и, в общем, стали пренебрегать широко распространенной «традицией» индивидуально произведенных изображений, а потому очень мало знаем об отношениях между средствами фотоинформации [photo-media] и приватными символическими мирами.

Важные вопросы, фундаментальные для социальных и гуманитарных наук, заключены в средствах домашней информации. Что обычные люди сообщают о самих себе и условиях своего существования? Что мы можем узнать о самих себе как о социокультурных существах, изучая фотографии, которые мы снимаем *о себе и для себя*? Как социальная структура и политический порядок в семье совпадают или конфликтуют с политикой этой символической формы? Какие роли исполняют разные члены семьи? В каких отношениях состоит «глава семьи» с теми, кто делает снимки, кто попадает в кадр и кто несет ответственность за составление семейного альбома? В более широком контексте, как такие переменные, как исторический период, технологическое развитие, региональные и культурные особенности влияют на то, что запечатлевают на картинах семейной жизни и

² Статистика, учитывающая частоту фотографирования, указывает на популярность и даже могущество этого способа коммуникации. Согласно специализированным данным (Photo Marketing Association и The Wolfman Report), в 1995 г. только в США фотографы-любители произвели более 19 млн фотоснимков.

на любительской фотографии в целом? Какую роль играют социальный класс, пол и возраст? Все эти вопросы одинаково важны для изучения социальных процессов и пикториального содержания в средствах домашней информации.

Локализация домашнего режима коммуникации

Я отношу снимок, как и события, связанные с его производством и использованием, к домашнему режиму пикториальной коммуникации³. Я впервые предложил термин «домашний режим» (home mode) в 1969 году в ходе изучения домашних видео на семинаре под руководством И. Гофмана [4]. На семинаре мы исследовали, как люди конструируют представления себя в разных социальных контекстах. Я заметил, что, используя относительно недорогие камеры, люди всегда что-то добавляют к репертуару этих представлений себя; персональное использование фотокамеры обычными людьми генерирует явление, которое Гофман называл «ключом реальности». Другими словами, трансформация и репрезентация стали центральными объектами при исследовании того, как исполняется и выглядит «нормальное» поведение.

Акцент на *процессе коммуникации* отличает этот аналитический подход от других⁴. Во-первых, снимок понимается как символическая форма, включенная в коммуникативный процесс, который обязательно содержит производство (кодирование), интерпретацию (декодирование) и разнообразное использование фотографий. Во-вторых, в отличие от массовой, домашняя коммуникация реализуется в процессе межличностного общения в малых группах и фокусируется на *жизни семьи*, которая, в основном, происходит внутри дома и лишь по случаю выходит за его пределы⁵. Домашний режим включает такие письменные формы, как письма, поздравительные открытки с днем рождения или Рождеством, простые открытки, а с недавних пор и

³ Я добавляю определение «пикториальный», поскольку некоторые формы визуальной коммуникации не являются собственно пикториальными, например кинесика и проксемика, а также все, что относится к рукотворной среде, подпадающее под понятие визуальной коммуникации.

⁴ В других подходах внимание акцентировано на истории технологии [9, 18], эстетических качествах [20], литературном анализе [16], семейном фольклоре [15, 21], социальной семиотике [17], юнгианском анализе [22] и др.

⁵ Личностные и приватные черты, присущие формам домашнего режима коммуникации, отчетливо контрастируют с постоянно обсуждающимися формами массовой коммуникации. Последние отличаются безличностью отношений между производителями и анонимными аудиториями, а также наличием общественных систем вещания, рассчитанных на массовое распространение.

письма по электронной почте. Более широко в домашнем режиме применяются устные формы телефонных разговоров, пересылаемых по почте аудиопосланий и сообщений, оставляемых на телефонном автоответчике.

Ключевым моментом здесь является то, что сообщения производятся для личного употребления в общении с членами семьи, друзьями, или людьми, с кем имеют хотя бы поверхностное знакомство. У людей нет явного намерения «публиковать» или «транслировать» эти формы координирующих сообщений⁶.

Основной фокус данного текста — пикториальные формы домашнего режима коммуникации. Они включают фотографии, размещаемые в бумажниках, медальонах и семейных альбомах, выпускные фотографии в рамках, фотографии в виде постеров, картонных кубов, коллажи и фотостикеры. Также имеют большое значение фотоальбомы, посвященные свадьбе, каникулам, рождению ребенка, причастию, бар-мицва, проводам на пенсию, выпуску из учебного заведения, семейным торжествам, в меньшей степени армейской службе и похоронам. Домашнее видео снимают на пленку и видеокассеты. Очень часто, конечно, пикториальную форму комбинируют с письменной / речевой формами, например, когда к недавним снимкам прилагается рукописное послание или в случае комментирования показа слайдов, а теперь еще во время домашней съемки наговаривается саунд-трек. Так что способы вербально-визуальной интеграции остаются центральными для этого широко распространенного вида коммуникации, и потому требуют внимания.

В поисках ориентирующего вопроса

Как ставить вопросы, чтобы исследовать обозначенные проблемы? С чего следует начинать описание коллекции изображений, сделанных в домашнем режиме коммуникации, и на какие дескриптивные модели можно опереться? Чтобы утверждать или отрицать структурированность поведения по некоторому образцу, рассмотрим следующее утверждение:

Несмотря на то, что мы можем фотографировать кого угодно, при каких угодно обстоятельствах (при любом освещении, в приватной или публичной обстановке), по каким угодно мотивам, а потом показать эту фотографию кому угодно, при каких угодно обстоятельствах, по каким угодно мотивам, очевидно, что мы так *не* делаем.

⁶ Многочисленные примеры того, как образцы домашней коммуникации попадают в СМИ, см.: [6, ch. 8]. Позднее любительские видео стали появляться в вечерних новостях национальных каналов, как в случае с землетрясением в Сан-Франциско в 1990, и в суде, как в случае с любительской записью нападения и избивания Родни Кинга полицейскими в 1991 г. Пожалуй, самый известный пример — это любительские кадры убийства президента Кеннеди, снятые А. Запрудером.

Если принять данную посылку о неслучайности поведения, тогда мы должны каким-то образом эксплицировать *избирательность любительской фотографии*. Иными словами, нам нужно (1) выделить образцы того, что обычно происходит и не происходит при *социальном конструировании* любительской фотографии и во всем процессе коммуникации посредством любительской фотографии и (2) выдвинуть какие-то предположения относительно того, почему специфические группы людей организуют свое мышление и поведение специфическим образом.

Дескриптивная модель

Теперь переходим к главному вопросу: как обнаружить, раскрыть структуру пикториального продукта или как-то еще подступиться к ней и как увидеть в ней социальный процесс домашнего режима коммуникации? Как сравнить разные практики внутри одной социальной группы, в разных социальных классах, этнических группах, субкультурах или культурах? Производят ли разные культуры разные сообщения о самих себе? И вносит ли разницу в процесс производства снимков, домашнего видео или кино пользование разными аппаратами? Передаются ли разными средствами разные типы сообщений?

Чтобы ответить на эти вопросы, я предлагаю использовать схему, позволяющую описать процесс коммуникации и содержание изображения. Процессы пикториальной коммуникации включают пять основных «коммуникативных событий», а именно события: (1) планирования, (2, 3) фотографирования (перед камерой и за камерой), (4) редактирования и (5) показа. Осуществление каждого события можно описать с помощью пяти следующих компонентов коммуникации: (1) участники, (2) обстановка, (3) топики, (4) форма сообщения, (5) код⁷. При пересечении двух измерений мы получаем такую таблицу:

	Участники	Обстановка	Топики	Форма сообщения	Код
1) планирование					
2) фотографирование (перед камерой)					
3) фотографирование (за камерой)					
4) редактирование					
5) показ					

⁷ Лингвистические и социоллингвистические основания данной схемы представлены в: [6, ch. 2].

Каждую из этих 25 клеток, представляющую некоторое отношение между событием и компонентом, можно использовать для постановки определенных вопросов, которые могут пригодиться и при описании, и при сравнении отдельных примеров образной коммуникации⁸. Например, по клетке У-1 (участники–планирование) мы можем спросить: кто обычно отвечает за подготовку к фотосъемке? Здесь релевантны вопросы о том, кто принимает решение о фотосъемке, кто отвечает за покупку пленки, за то, чтобы вовремя достать фотоаппарат и прочее. Множество других вопросов и примеров будут представлены далее.

Каждый вариант соотнесения компонентов и событий дает образец поведения и деятельности, характерных для пикториальной коммуникации внутри определенной группы. Эта схема полезна для прояснения специфических вопросов и исследовательских задач. Не каждое пересечение событий и компонентов будет значимо для любой исследовательской задачи. Например, нам мало что скажет клетка У-4 (участники–редактирование), если мы исследуем домашнее видео, потому что его редактируют крайне редко.

Данную схему следует рассматривать как исходную точку и эвристический инструмент. Она может меняться при появлении новых результатов исследований. Новые кросскультурные и кроссмедийные исследования могут указать на важные несоответствия в исходном перечне. Например, Музелло предлагает ввести «события производства» («все методы и деятельность по производству и печати фотографий» [24, р. 105]), а я ее включаю в раздел «Редактирование», поскольку фотографы-любители разных типов могут по-разному оценивать важность действий редактирования⁹.

Основная задача анализа заключается в выявлении *образцов подобающего поведения*, которое не вызывает ни личных волнений, ни социальных конфликтов. Например, многие из нас согласятся, что абсолютно уместна ситуация, когда Отец (участник) фотографирует (форма сообщения) своих детей (участники), открывающих подарки (топик) под елкой в рождественское утро (обстановка). Но согласимся ли мы, что также уместным будет, если племянница (участник) будет фотографировать (форма сообщения) своего умершего дядю в гробу (топик) на похоронах (обстановка)? Нетипичные примеры и «проблемные случаи», когда нарушаются социальные нормы, могут сказать многое об ожиданиях людей и о том, что они воспринимают как «норму». Кроме того, для данного подхода «образцы эксклюзии» (топики, которые никогда не фотографируют, или обстановка, где камеры никогда не используются или используются крайне редко) так же

⁸ Пример использования данной схемы при анализе фильмов, снятых разными группами тинейджеров, см.: [6].

⁹ О неоднозначности понятия «фотограф-любитель» см.: [26].

важны, как и образцы инклюзии. Дальнейшее обсуждение и примеры прояснят смысл и способы применения дескриптивной решетки.

События образной коммуникации

Первое измерение — коммуникативные события — фокусирует внимание на тех элементах социального процесса, которые свойственны любой форме пикториальной коммуникации.

События планирования

Событие планирования включает любое действие или действия, в которых присутствует явное или скрытое решение о производстве фотографического образа (или образов). В любом случае, до перехода к следующей категории — к событиям съемки — должно осуществиться какое-то планирование. При изучении и описании планирования событий будут релевантны следующие вопросы. Какого рода социальные приготовления происходят перед фотографированием? Например, кто решает, когда надо фотографировать и кого просят сделать снимок? Кто «за», а кто «против» идеи? Какое оборудование или расходные материалы должны одалживаться или приобретаться? Насколько важны технические приготовления для получения удачного снимка? Нужна ли для этого специальная подготовка или обучение перед съемкой? Потребуется ли какой-то съемочный план или сценарий? Какие нужны виды личностной или социальной кооперации?

В следующем письме, адресованном в колонку по этикету, приводится пример такого планирования в домашнем контексте¹⁰:

Дорогая Энн Лэндерс.

Будет ли считаться неприличным фотографировать почившего друга или родственника во время прощания с ним? Хотелось бы иметь эти фотографии как последнее воспоминание, но не хочется фотографировать при всех. Я, конечно, благоразумно подожду, пока все уйдут. А что Вы об этом думаете?

Хочу Делать То, Что Правильно.

Уважаемый Х.Д.Т.Ч.П.

Фотографировать усопших абсолютно прилично. Служащие двух моргов, с которыми я консультировалась, утверждают, что так делают очень часто.

(Philadelphia Enquirer, n.d.)

В этом и других примерах мы увидим, как события взаимодействуют с компонентами коммуникаций, в данном случае, с обстановкой и участниками.

¹⁰ Читатели заметят, что я цитирую письма колумнистам по этикету, опубликованные в ежедневных национальных газетах. Не обсуждая правдоподобность комментариев, я их использую, чтобы иллюстрировать ситуации и обстоятельства, значимые для рассматриваемой схемы анализа. Развернуто о том, как можно использовать колонки об этикете, см. [7].

Событие фотографирования

Событие фотографирования состоит из любого действия или действий, в которых образ запечатлевается на пленку посредством каких-либо фототехнических средств. События фотографирования бывают двух видов: один относится к тому, что происходит *перед камерой*, другой — к тому, что происходит *за камерой*.

События фотографирования перед камерой состоят из любого действия или действий, которые так или иначе структурируют то, что «происходит» с людьми и предметами перед работающей камерой. В любом случае, что-то должно происходить или быть представленным перед заряженной камерой, чтобы быть запечатленным на светочувствительный материал. Здесь будут важны следующие вопросы. Какие действия и модели поведения наблюдаются во время фотографирования? Кого снимают чаще, кого скорее не заметят или оставят за кадром, кого никогда не снимут? Какие ситуации, среды, виды деятельности, события регулярно попадают на снимки? Какие изменения и преобразования систематически производятся с внешним видом людей, с обстановкой или событием, когда их фотографируют? Обязательно ли «принимать позу» и специфическим образом «вести себя» перед камерой? Как принимаются, критикуются или иным образом комментируются соглашения и стандарты позирования?

Несколько необычный пример проблемы, касающейся событий перед камерой (хотя неизвестно, насколько он типичен или нетипичен на самом деле) показан в следующем письме в колонку.

Дорогая Эбби,

Мне скоро 40, как и моей жене. Мы женаты уже двадцать два года. Как у большинства пар нашего возраста, сексуальная жизнь у нас не та, как прежде. Жена может хотеть, а может и нет, то есть, она особо не беспокоится. Я не сексуальный маньяк, но и не совсем еще мертвый. На прошлое Рождество жена подарила мне «Полароид» и в шутку разрешила мне поснимать ее раздетую в спальне. В тот момент я почувствовал, как эти фотографии меня действительно завели. Теперь вдруг жена заявляет мне, что она не стриптизерша и больше не желает позировать для порнографии. Я говорю, что это не порнография, раз мы в браке, и я единственный, кто видит эти снимки. Мы оба ревностные христиане. Хотел бы узнать Ваше мнение. Спятил я или нет?

Затвор.

Дорогой Затвор.

Вы не спятели, а просто немного сдвинулись. Что бы вы не делали за закрытыми дверями по взаимному согласию — хорошо. Я в этом убеждена. Теперь Вам надо убедить жену.

(Philadelphia Evening Bulletin, June 13, 1974.)

Второй вид события фотографирования — события за фотографировающей камерой — состоит из любого действия или действий, происходящих не перед камерой, но которые так или иначе структурируют

ее использование и работу. Здесь изучается то, что люди делают, когда фотографируют, а не то, что потом появляется *на* снимке. В любом случае, кто-то один (или группа людей) должен принять ряд решений о том, как, когда, где и зачем будет использоваться фотоаппарат. Для события этой категории релевантны следующие вопросы. Есть ли какое-то принятое рутинное поведение, или способ делать снимки фотоаппаратом? Кому из присутствующих скорее всего предложат сделать снимок? Есть ли специфические точки во времени и пространстве, в которых считается необходимым фотографировать? В каких социальных отношениях состоят те, кто находится за и перед камерой? Устные указания обязательны, факультативны, или их не бывает? Присутствует ли в процессе фотографирования некая «режиссерская» роль? Много ли внимания уделяется, если вообще уделяется, «постановке» снимков, изготовлению новых или использованию готовых декораций?

Данный тип события можно проиллюстрировать письмом от пастора:

Дорогая Эбби.

Я — священник и в этом качестве служу на многих свадебных церемониях. Я совершенно не выношу, когда фотографы из лучших побуждений упорно снимают венчание с фотовспышкой. Однажды такой фотограф крутился у алтаря, поправляя фату невесты и смокинг жениха. Он даже попросил меня сделать одолжение и немного «наклониться» в сторону пары. И это все в то время, когда я совершал церемонию! Прошу в Вашей колонке написать что-нибудь неодобрительное по поводу такого поведения.

Расстроенный Пастор.

Дорогой Расстроенный.

Мне представляется, что церемонией венчания руководит священник или ему следует руководить. Он должен определить условия фотосъемки, а если брачующимся клиентам это не нравится, пусть ищут другого священника.

(Philadelphia Evening Bulletin, September 30, 1975.)

Таким образом, наблюдая и осмысляя модели поведения по обе стороны от фотоаппарата, мы сильнее убеждаемся в «управляемости презентаций», что приводит нас к пониманию того, что фотографии суть конструкции, а не копии реальности.

Событие редактирования

Событие редактирования состоит из любого действия, или действий, посредством которых снимки трансформируются, сводятся, komponуются и перекомпоновываются. Событие редактирования происходит после проявления пленки, но до показа фотографий другим людям. Событие этой категории может включать проявку и/или ретуширование, а также выстраивание последовательностей оттисков или слайдов. Чтобы лучше понять событие редактирования, задают

следующие вопросы. Какого рода редакционные изменения скорее всего будут внесены после того, как снимки проявлены и распечатаны? Есть ли фотографии, которые считают «плохими», и если да, то какой критерий используется при отнесении к «хорошим» и «плохим» фотографиям? Проявляется ли особое отношение к «хорошим» фотографиям: их ставят в рамку, печатают несколько копий, увеличивают формат? Подвергаются ли плохие снимки каким-то изменениям (их обрезают, на них пишут или рисуют) или их никогда не показывают, выбрасывают, прячут?

Событие редактирования может происходить в различных формах. Ниже приводится пример редактирования посредством замены снимка:

Дорогая Энн Ландерс.

Могу я обратиться к мужчине, у которого в спальне висит фото покойной жены? Мой муж хранил фотографию своей умершей жены на полке в кухне. Полгода я каждый день протирала ее от пыли. Однажды мой приемный сын сделал великолепный снимок нас с мужем. Я убрала фото жены и поставила наш снимок. Муж заметил и спросил: «Ты почему убрала фото моей жены?». А я ответила: «Я думала, я твоя жена». После этого он как-то очень долго молчал. Потом поскреб в затылке, издал что-то в роде «ух... э-э-э... ах». И больше об этом не сказал ни слова.

(Philadelphia Enquirer, December 30, 1983.)

В будущем события редактирования получают дополнительную значимость, когда люди начнут объединять снимки и видео в мультимедийные презентации, используя сканнер и любительские компьютерные технологии¹¹.

События показа

Событие показа состоит из любого действия или действий, которые происходят после съемки, когда снимки показывают другим людям. По сравнению с частным редактированием, показ считается более «публичным» событием. В домашнем контексте «публичность» относится к любой аудитории, помимо фотографа и редактора (если снимок редактировался). Аудитория может состоять из одного-двух человек, например, когда кто-то взрослый или дети смотрят фотоальбом или слайды, возможно, даже без участия остальных членов семьи.

¹¹ Ч. Реймоу в статье «Камера не лжет, а фотограф может», опубликованной в рубрике «Научные размышления» [25] описывает время, когда люди смогут помещать свои фотографии в цифровой сканнер, трансформировать их в множество пикселей, импортировать их в графическую программу и модифицировать изображение, как любую компьютерную графику.

События этой категории изучаются с помощью следующего набора вопросов. Какова социальная организация просмотра фотографий или альбомов? Например, кто инициирует, поддерживает или ограничивает данный вид деятельности? Когда эти события имеют место? Какие другие виды поведения или социальной деятельности обычно сопровождают показ личных фотографий? Каковы социальные отношения между теми, кто планирует снимки, кто присутствует на снимке, и теми, кто потом их показывает (или приглашен посмотреть)?

Иногда показ событий тесно связан с рекомендациями по редактированию, как показано в следующей проблемной ситуации.

Дорогая Энн Ландерс.

В прошлые выходные мы с мужем навещали его родителей. Мы хорошо провели время до воскресенья. Родители ходили в церковь, а Тэд был на рыбалке. В поисках чего-нибудь почитать я наткнулась на семейный фотоальбом. Открыв его, я обнаружила, что это фотографии первой свадьбы моего мужа. Не могу подобрать слов, чтобы описать свой гнев.

Тэд разошелся с этой женщиной 4 года назад, но ей удалось сохранить близкие отношения со всеми членами семьи, кроме собаки (которая умерла). Меня раздражает, что его семья продолжает хранить фотографии его предыдущей свадьбы в комнате для отдыха вместе с другими семейными фотографиями.

Я сильно поругалась из-за альбома со своей свекровью, когда она вернулась из церкви. Я попросила ее выбросить этот альбом. Она ответила: «Это мой дом. Не указывай, что мне хранить, а что выбрасывать». Спор был достаточно жарким, и, в конце концов, она сказала: «Если тебе это не нравится, ты можешь уйти». Мы с мужем уехали. А что теперь? Мне нужен совет.

Вторая жена из Чикаго.

Сейчас Вы можете сказать своей свекрови, что Вам стыдно, что Вы вели себя, как испорченный ребенок, и Вы надеетесь, что она Вас простит. Вы были совершенно не правы. Первая женитьба ее сына — это часть семейной истории, и у нее есть полное право хранить эти фотографии. Извините, но я не могу подобрать ни единого слова в Ваше оправдание.

(The Boston Globe, July 31, 1990.)

Вскоре мы убедимся, что практически любое описание события обязательно включает то, что я называю компонентами [коммуникации]. Перейдем к их рассмотрению.

Компоненты образной коммуникации

Второе измерение дескриптивной схемы анализа состоит из пяти коммуникативных компонентов¹². Здесь ставится задача разобрать

¹² Понятие «компонент» заимствовано из социолингвистической модели Делла Хаймса, разработанной для этнографии речи. В ряде публикаций

каждое описанное выше событие, чтобы прояснить его структуру. Используя представленный список компонентов, исследователю приходится, как и в предыдущем разделе, систематически ставить определенные вопросы относительно структуры, организации и вариативности этих событий. Компонент «участник» подразумевает всякого участника любой деятельности, в которой коммуникация посредством снимков является центральным организующим моментом. Главная цель здесь — определить круг лиц, которые фотографируют, изображены на снимках или их смотрят. Например, мы можем узнать, отвечает ли за все эти действия кто-то один или разные люди; меняется ли состав группы от события к событию; как участники узнают друг о друге или связаны друг с другом в каждом событии. Может ли любой человек исполнять любую функцию в процессе фотосъемки? Кого включают в состав «аудитории»? И должен ли кто-то исполнять определенные функции во время фотосъемки, чтобы считаться «успешным»?

Уместность появления в кадре может оказаться проблематичной: не всякого знакомого, и не всякого, кто зашел в дом, будут фотографировать¹³. В следующем примере, в котором совместились вопросы об уместности появления в кадре и о показе снимков, мы находим и проблему, и ее разрешение.

Дорогая Энн Лэндерс.

Что мне делать с подружкой, которая настойчиво показывает фотографии любому, кто не смеет отказаться? Когда у нее гости, она вытаскивает альбомы и письма... и целый вечер хвастается своей семьей. То же самое происходит, когда она приходит в гости к другим... Последний раз она притащила фотографии на свадьбу. Я не говорю о 6 или 7 фото. Речь о 50 или 60. У меня тоже есть внуки, но у меня и в мыслях нет представлять ко всем знакомым, чтобы всучить им пачку фотографий...

Переэкспонированная из Пенсильвании.

Дорогая Переэкспонированная.

Наилучший выход — посмотреть первые 5–6 фотографий, сказать какую-нибудь любезность, потом, не глядя, пролистать остальные и вернуть их, сказав: «Как мило».

(Philadelphia Inquirer, July 25, 1989).

В коммуникации посредством снимков улыбающихся и бодрствующих участников в целом предпочитают мрачным, печальным,

я проводил параллели с этнографическими исследованиями пикториальной коммуникации под рубрикой «социовидистика». Обоснование данной схемы приводится в [6, р. 17–18].

¹³ Например, в собраниях фотографий практически не встречаются изображения почтальонов, разносчиков товаров, а также ремонтников — сантехников, электриков и т. п.

плачущим или спящим. Выбор в качестве участников живых или мертвых не столь очевиден, как показано в приведенном выше письме об уместности съемки «почившего друга или родственника». Кроме того, надо иметь в виду, что участниками могут быть не только люди, но и домашние животные, которых фотографируют достаточно регулярно. А сколько людей полагают уместным делать снимки своих умерших любимцев?

Компонент «топик» описывает содержание снимка в терминах объектов, видов деятельности, тематики и событий, представленных на снимке. Значимую информацию о топике можно получить, ответив на общий вопрос: «О чем этот снимок?»

Интересно, что разные участники могут давать различные ответы на этот вопрос; не все смотрящие на снимок согласятся в определении главного топика, а некоторые могут раскрыть «закулисные» топика, которые незаметны для тех, кто меньше знаком с материалом. Например, рассматривая фотографию, где девушка с молодым человеком стоит перед белым лимузином, арендованным на выпускной бал, разные члены семьи по-разному определяют главный топик: как девочка выросла, какое безумно дорогое на ней выпускное платье, неаккуратная работа парикмахера накануне, не слишком восторженный вид молодого человека, как мама и папа не знали, что делала эта пара до шести вечера следующего дня, и так далее. Кроме того, определение топика со временем может меняться. Мужчина, сопровождающий девушку на снимке, может быть определен как «здоровяк», когда снимок был только сделан, и как «доходяга» год (или менее) спустя. То, что кажется основным топиком, когда герою 20 лет, может быть совсем другим, когда ему 60 лет.

Компонент «обстановка» (settings) в большинстве случаев относится к тому, когда и где происходит конкретное коммуникативное событие. Место и время планирования, редактирование и показ описать легко. Например, насколько уместно выставлять личные фотографии в ванной?

Дорогая Эбби.

Вот Вам новая история от меня. Моя невестка повесила мою свадебную фотографию прямо над туалетным столиком в ванной комнате. Она «удостоила чести» своих родителей таким же образом, повесив их свадебную фотографию рядом с нашей. Должно быть это новое поветрие, потому что моя дочь повесила свадебную фотографию своих бабушки и дедушки (моих горячо любимых родителей) прямо над унитазом! Мне так и хочется попросить вернуть эти фотографии. Я бы предпочла увидеть их разорванными, чем висящими там. Им место в альбоме. Я дорожу этими фотографиями, и хотелось бы, чтобы моя семья хранила их и после меня. Мне 82 года.

Обиженная из Аризоны.

Дорогая Обиженная.

Прошу Вас не судить свою дочь и невестку слишком строго. Я уверена, они не хотели Вас обидеть. Многие современные дизайнеры советуют размещать фамильные фотографии в ванной, уборной или гардеробе. Возможно, эта идея Вам не импонирует, но фотографии больше радуют, когда на них смотрят каждый день, чем когда они в альбоме, который почти никогда не открывают.

(Philadelphia Daily News, November 12, 1987.)

Основная задача при описании данного компонента — описать, где и когда считается уместным делать и показывать фотографии. Здесь важно учитывать мнения о социальных предписаниях и запретах. Как утверждает социальный психолог Стэнли Милграм, «любое место считается подходящим для фотографирования, если только фотограф не нарушает святости и приватности события, будь то похороны или поход в публичный дом» [23, р. 54]. Однако в общем понимании того, что люди в принципе «могут делать» не всегда учитывается изменчивость критериев «уместности» в зависимости от социального контекста и идентичности фотографа, в роли которого может оказаться любитель с мыльницей, фоторепортер или фотохудожник. В других случаях выбор подходящей обстановки может зависеть от того, делается фотография «не дома» или «дома». Туристы делают снимки в окружении, которое они не стали бы снимать, находясь дома и там, где они живут, что иногда приводит к неприятностям из-за неправильного выбора обстановки, участников или топики (многочисленные примеры см. [5]).

Компонент формы сообщения, подразумевающий физическую форму или тип фотографии, принципиально важен для всех других компонентов. Примерами форм сообщения в домашней коммуникации служат фото для бумажника, фотографии из фотокабинки, фото на паспорт, свадебные фотографии в рамке. Задача при анализе этого компонента — определить, как технология фотографии и другие ее компоненты соотносятся с формой сообщения и тем самым структурируют ее. Интересно, как много информации можно получить, изучая стереотипные характеристики формы сообщения снимков, публикуемых в коммерческих целях, таких как реклама, журнальные развороты и др. Например, такой фотограф, как Эммет Гоуин (Emmet Gowin), работающий в жанрах «фото-шик» и «фото-эстетизм», экспериментирует с производством факсимильной копии домашней формы сообщения. Так, его снимки, представленные в галереях и публикациях, изображают членов семьи, занятых типичными домашними делами, но при этом они специально сделаны для профессиональной презентации в публичном пространстве.

Наконец, пятый и последний элемент «код» включает характеристики, определяющие композиционный «стиль» формы сообщения

снимков. Описание кода включает информацию о привычках, соглашениях, и/или рутинных, структурирующих событие съемки и/или редактирования, что, в свою очередь, придает определенный «вид» как отдельным фотографиям, так и их коллекциям. Например, часто голову человека располагают в центре снимка и оставляют много свободного пространства вокруг нее по краям. Также существует практика делить снимок на части и помещать каждую из них в отдельную фоторамку. Еще одна опция — поместить снимок в рамки, скрепленные в форме куба или ромба.

Код также описывает образцы обычаев и конвенций, принятых для регулирования того, что люди делают на фотографиях (см. [2, р. 111–115]). Сюда мы включаем инструктирование, кому и как расположиться, в том числе, обычный вопрос «Готовы?», призыв всем смотреть в объектив, улыбаться («скажите “cheese”») или приветственно помахать рукой. Другие случаи включают требования к участникам съемки умыться, причесаться, даже одеться в новое; или улучшить обстановку (прибрать двор, гостиную) перед съемкой. Во всех этих описаниях кода мы анализируем конвенции пикториальной репрезентации — детали того, как определенные события, действия и люди «переводятся» из потока жизненных ситуаций в символическую форму, как [участники процесса] делают выбор, принимают решения, используют правила и практические навыки, чтобы проделать эти трансформации приемлемым образом.

Я полагаю, что список определенных компонентов может быть полезен при необходимости провести своего рода контент-анализ, только не так формализовано, как в классическом варианте¹⁴. Подсчет частоты и приписывание «значений» отдельным элементам произволен и зависит, опять же, от поставленных задач. Проблемам кодирования и надежности кодификатора в данном случае уделяется меньше внимания, так как полностью осознается тот факт, что зафиксированное содержание фотографии может по-разному интерпретироваться участниками домашней коммуникации. В большинстве случаев качественные аспекты превосходят по важности количественные.

Персональные, социальные и культурные функции

В дополнение к вопросу, что люди *делают* с имеющимися возможностями создавать визуальные образы в режиме домашней коммуникации, также интересно изучить, какую роль коллекции любительских фотографий *играют* для своих создателей и хранителей. Прежде всего, люди говорят о функциях развлечения, документирования и «свидетельства», а также памятных вещей — о том, что фотографии стимулируют воспоминания. Иногда возникает финансовая

¹⁴ Стандартная и проверенная временем ссылка: [1].

метафора. В этом случае фотография рассматривается как инвестиция, усилие, которое «окупится» в будущем — фотографии помещаются в «банк памяти», где со временем их стоимость увеличивается за счет процентов. То, что в приведенном ниже примере мать пишет о домашнем видео, легко применить к фотоснимкам:

Дорогой The Boston Globe.

В результате ужасного и трагического инцидента прошлым летом погибла моя 27-летняя дочь. У нее остался муж и три маленьких ребенка, два мальчика восьми и шести лет и дочь в возрасте пяти недель... Я не хочу, чтобы наши воспоминания были потеряны, если только они не мешают нам жить среди живых. У меня есть несколько прекрасных видео моей дочери, снятых начиная с ее четырехлетнего возраста. Это единственный способ, с помощью которого ее маленькая дочь сможет узнать, какой была ее мать. Я чрезвычайно рада своей привычке снимать видео. Возможность вернуть счастливые воспоминания служит мне утешением.

Подпись: Не могу не петь.

(The Boston Globe, 1975, 6 июня.)

Другие функции не так легко артикулировать, но каждая из них имеет значение. Коллекции снимков и домашняя коммуникация в целом предоставляют индивидам возможность выразить свою приверженность социокультурным нормам. Фотографы и члены семьи имеют возможность признать значимость индивидуальности в контексте группового и культурного членства. Также люди могут демонстрировать свои знания ценностной системы определенной культуры и открыто исповедовать убеждения о том, что хорошо, что важно и что правильно.

Суммируя, можно сказать, что составители семейных альбомов служат производству особого типа жизненной правды, специфически преломленного взгляда на человеческое существование. Использование фотокамер производит одну из фотографических версий жизни — одно из множества символических толкований, являющихся частью повседневного символического окружения.

Полевые методы в исследовании домашней коммуникации

Каждое исследование имеет свой протокол полевых работ. В зависимости от специфики задач исследования существенно могут различаться и методы. При этом любой метод подразумевает необходимость определить объект и предмет исследования¹⁵, разработку общих

¹⁵ Какой-то один метод едва ли годится для всех проектов. Например, информантов можно рекрутировать по объявлению, размещенному в местной газете, в фотомагазинах или в местных библиотеках. Наибольшего успеха в рекрутировании я добивался методом «снежного кома», когда первые информанты рекомендуют других для участия в проекте; участники могут порекомендовать родственников, а те, в свою очередь,

и частных вопросов, иногда в виде опросника¹⁶, личного и/или группового интервьюирования.

Анкетирование может быть полезным в начале проекта как источник количественных данных, которые далее могут быть изучены с помощью качественных методов. После вводных тестовых по форме вопросов список открытых вопросов обычно работает лучше закрытых. В свою очередь, другой проект может потребовать использования разных типов индивидуального или группового интервью. Тогда «фотоинтервью» проводится с членами семьи, во время которого они описывают свои фотоколлекции и/или обсуждают отдельные фотографии из семейного альбома. Эти данные о содержании снимков не могут быть получены никаким другим способом, так как эти фотографии имеют сильную контекстную обусловленность. Индивидуальное значение фотоснимков заключено в головах и голосах их хранителей — это крупницы информации, которую знают и помнят члены семьи, возможно, сам фотограф, составитель семейного альбома или кто-то, изображенный на фотографии.

В свою очередь, вопросы и ответы интервью стимулируют дальнейшее производство семейных историй и связанных с ними забавных случаев. Просмотр фотографий вызывает разнообразные эмоциональные реакции на определенные изображения и связанные с ними воспоминания — шутки, смех и даже слезы. То, как фотографии используют в качестве инструмента для извлечения информации, прекрасно описано «визуальными антропологами» [10]¹⁷. Эти интервью чрезвычайно важны, поскольку они раскрывают индивидуальные значения, которыми члены семьи наделяют свои фотографии — идеи, которые они считают значимыми в *своих собственных* фотографиях. Другими словами, процесс конструирования непрерывен. Мы получаем оригинальные данные о том, как люди создают значения *с помощью* фотографий и *из* фотографий и как процесс конструирования включен в знание, привносимое зрителями во время процесса интерпретации. Информация о «локальном знании», которой «аборигены» делятся во время просмотра фотографий, уникальна — «аутсайдерам» это знание не будет доступно никогда.

порекомендуют своих друзей, соседей, коллег и проч. Однако нужно очень осторожно подходить к обобщению результатов, полученных с помощью самоорганизующихся [self-selective] выборок.

¹⁶ В качестве примера читатель может посмотреть «Home Mode Questionnaire», см. приложение в [6].

¹⁷ В книге представлено множество примеров интервью, когда исследователь специально приносит фотографии для полевых работ. Главное отличие исследований домашней коммуникации заключается в том, что информантов спрашивают о фотографиях, которые они сделали сами.

Заключение

Я завершу статью тремя цитатами из работ известных ученых, связывающих исследования домашнего режима коммуникации с более широким кругом вопросов. Направления исследований, предложенные в данной статье, могут пролить свет на коммуникативные нормы, являющиеся принципиальными для понимания сущности человека в сфере символического жизнеобеспечения. Так, антрополог Кристи Кифер писала о том, какими способами:

...Люди поддерживают иллюзию внутренней непрерывности и согласованности. Прежде всего, люди конструируют и реконструируют свои биографии и свои истории, объясняя себе и другим, как они стали теми, кто они есть. Этот процесс протекает по большей части бессознательно и в большинстве случаев случайно. Его активизируют нарушения непрерывности в окружении индивида, и, в зависимости от его образования и системы убеждений, этот процесс принимает форму фольклора, религиозной космологии, историцизма или личной интроспекции... Более того, большинство людей мало заботятся о том, чтобы предвидеть последующие стадии жизни и подготовиться к ним. Для решения этой задачи в относительно стабильных обществах имеется в наличии достаточно развитый набор накопленных знаний... [19, p. 232–233].

Режим домашней коммуникации прекрасно вписывается в эту цитату. Конструирование и использование домашних медиа является центральным элементом в коммуникативной системе, которая допускает и даже обеспечивает те же самые психологические, социальные и культурные функции. В известном смысле наличие современного оборудования по производству изображений открыло новую главу в предоставлении человеку возможности хранить следы своего жизненного пути и сообщать о своем существовании в настоящем и в будущем.

Обсуждая «организацию опыта», Ирвинг Гофман делает замечание относительно внутренней согласованности самоотчетов, которые совершаются в формате домашней коммуникации:

...Люди всеми силами и с полной самоотдачей поддерживают то, что считают своим организованным опытом. Они создают фонд поучительных историй, игр, загадок, экспериментов, сплетен и прочих сценариев, которые наилучшим образом поддерживают фреймированную картину действующего мира. <...> Вообще человеческая природа приспособлена к такой перспективе видения мира отчасти потому, что люди хорошо научились принимать такое положение дел за истинное. Непрерывно и бесконечно многообразно социальная жизнь формирует и закрепляет формы знания о самой себе [12, p. 563]¹⁸.

В этом тексте мы постоянно ставили вопросы о том, как опыт «реальной жизни» трансформируется и воспроизводится в любительских

¹⁸ В русском переводе [12, с. 486]. — Прим. ред.

личных фотографиях. Образы домашней коммуникации можно понимать как форму организации опыта; как и во всех остальных [формах организации элементы опыта] отбираются в соответствии с формой, в которой [опыт будет] воспроизводиться снова и снова. Образы домашней коммуникации открывают новое измерение: с их помощью производятся пикториальные формы. Эти коллекции изображений, подобно «сплетням и прочим сценариям», вмещают в себя весь репертуар наших толкований жизненного мира. И, буквально по Гофману, они напоминают «*фреймированную картину действующего мира*», который повторяется и дублируется с достойным внимания постоянством.

Направления исследований, предложенные в этой статье, лежат в основе научных проектов по изучению нашего символического окружения и методов, с помощью которых осуществляется креативное «миростроительство» [13, 14] и структурируется специфический взгляд на мир. Комментируя книгу философа Нельсона Гудмана, Говард Гарднер отмечает:

Ошибочно говорить о мире так, будто он есть и даже будто этот мир единственный. Более разумно полагать существование различных версий мира, которые могут поддерживаться индивидами; полагать различные характеристики реальности, которые можно представлять в словах, картинках, диаграммах, логических суждениях и даже музыкальных произведениях. Каждая из этих символических систем включает различные виды информации и, следовательно, представляет различные версии реальности. Реально мы располагаем только этими версиями; только через них мы получаем доступ к тому, что волей случая именуем «наш мир» [11, р. 92–94].

Производство снимков и семейных альбомов располагается в этой области человеческой деятельности, и на самом деле его можно трактовать как конструкцию символического мира. Этот мир репрезентаций одновременно отражает и развивает определенный взгляд на жизнь, ту привилегированную версию реальности, которая переживает всех нас.

ЛИТЕРАТУРА

1. Berelson B. Content analysis in communication research. New York: Free Press, 1952.
2. Boerdam J., Martinius W.O. Family photographs: A sociological approach // The Netherlands' Journal of Sociology. 1980. Vol. 16. P. 95–119.
3. Chalfen R. A sociovidistic approach to children's filmmaking: The Philadelphia project // Studies in Visual Communication. 1981. Vol. 7. No. 1. P. 2–33.
4. Chalfen R. Cinema naiveté: A sociovidistic approach to the home mode of visual communication // PIEF (Programm in Ethnographic Film) Newsletter. 1973. Vol. 4. No. 3. P. 7–11.
5. Chalfen R. Photography's role in tourism: Some unexplored relationships // Annals of Tourism Research. 1979. Vol. 6. No. 4. P. 435–447.

6. *Chalfen R.* Snapshots versions of life. Bowling Green, Ohio: Popular Press, 1987.
7. *Chalfen R.* The sociovidistic wisdom of Abby and Ann: Toward an etiquette of home mode photography // *Journal of American Culture*. 1984. Vol. 7. No. 1–2. P. 22–31.
8. *Chalfen R.* Video versions of life: Anything new? // *SVA (Society for Visual Anthropology) Newsletter*. 1988. Vol. 4. No. 1. P. 1–5.
9. *Coe B., Gates P.* The snapshot photograph: The rise of popular photography. London: Ash and Grant, 1977.
10. *Collier J., Collier M.* Visual anthropology: Photography as a research method. Albuquerque, NM: The University of New Mexico Press, 1986.
11. *Gardner H.* Gifted Worldmakers // *Psychology Today*. 1980. September.
12. *Goffman E.* Frame analysis: An essay on the organisation of experience. New York: Harper Colophon Books, 1974. [Гофман И. Анализ фреймов: эссе об организации повседневного опыта / Пер. с англ.; Под ред. Г.С. Батыгина и Л.А. Козловой; вступ. статья Г.С. Батыгина. М.: Ин-т социологии РАН; ФОМ, 2004].
13. *Goodman N.* Languages of art. Indianapolis: Bobbs-Merrill, 1968.
14. *Goodman N.* Ways of worldmaking. Indianapolis: Hackett, 1978.
15. *Graves K., Payne M.* American snapshots. Oakland, CA: Scrimshaw Press, 1977.
16. *Hirsch J.* Family photographs: Content, meaning and effects. New York: Oxford University Press, 1981.
17. *Hodge R., Kress G.* Transformations of love and power: The social meaning of narrative // *Social Semiotics*. Ithaca: Cornell University Press, 1988. P. 204–239.
18. *Jenkins R.V.* Images and enterprise: Technology and the American photographic industry, 1839–1925. Baltimore, Md.: Johns Hopkins University Press, 1976.
19. *Kieffer C.* Changing cultures, changing lives. San Francisco: Jossey-Bass, 1974.
20. *King G.* Saying “cheese!”: Looking at snapshots in a new way. New York: Dodd, Mead & Company, 1984.
21. *Kotkin A.* The family album as a form of folklore // *Exposure*. 1978. Vol. 16. No. 1. P. 4–8.
22. *Lesy M.* Time frames: The meaning of family photographs. New York: Pantheon, 1980.
23. *Milgram S.* The image freeing machine // *Psychology Today*. 1977. January. P. 50–4, 108.
24. *Musello C.* Family Photography // *Images of information* / Ed by J. Wagner. Beverly Hills, CA: Sage, 1979. P. 101–118.
25. *Raymo Ch.* Cameras don't lie but a photograph might // *The Boston Globe*. 1991. June 22.
26. *Schwartz D.B., Griffin M.* Amateur photography: The organizational maintenance of an aesthetic code // *Natural audiences: Qualitative studies of media uses and effects* / Ed. by T.R. Lindlof. Norwood, N.J.: Ablex, 1987.