

В. Л. КРУТКИН

*доктор философских наук, профессор
Удмуртский государственный университет,
Россия, Ижевск
krutkin1@yandex.ru*

ФОТОГРАФИЯ В ИССЛЕДОВАНИЯХ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ МАТЕРИАЛЬНОСТИ

Аннотация. Фотографии – это не только образы, но и вещи. Артефакты как вещи или предметы культуры – это объективизации деятельности, в этих проекциях берет начало рефлексия. Активны не только люди. Артефакты образуют единство материального и имматериального. Имматериальное – это открывающаяся вещью другая реальность. Если знак обладает значением, то вещь обладает значимостью. Фотографии обладают всеми чертами артефактов, могут открывать другую реальность, могут обладать властью над людьми.

Ключевые слова: артефакт, имматериальное, оцифровка, власть изображений.

В исследованиях визуальных медиа, к которым относится и фотография, можно выделить несколько подходов. Во-первых, на фотографию часто переносят характеристики образов, какие сложились в науке о живописном искусстве, когда говорят о композиции кадра, графике и колорите, тональности, перспективе и т. д. Многие первые фотографы были вначале известны как художники. В трактовке живописи той поры доминировал принцип репрезентации, т. е. вторичного представления, тогда как первичное представление приписывалось ментальной сфере. Другой подход состоит в том, что на это медиа переносят характеристики языка, какие сложились в науке о литературе. Тогда изображение понимается как сообщение, семиотическое текстовое явление, отсылающее к своему референту. И действительно, фотографии часто опираются на опыт речи и риторику убеждений, хотя фотографии лишены какой-то грамматики, обязательной для любого языка. Упомянутые подходы могут пересекаться или противопоставляться друг другу [3, с. 160–247], но так или иначе они предполагают и третий подход, в соответствии с которым фотографию рассматривают как материальный артефакт, это не только образ, но и материальная вещь. Материальность артефактов культуры состоит не просто в том, что в них присутствует физическая плотность природных объектов. Особенность их материальности парадоксальна – они могут нести в себе и свою противоположность. Для обозначения этой стороны дела хорошо подойдет термин «имматериальность». Это такая сторона артефакта, которая способна открывать не только саму себя как «эту реальность», но при особых

условиях и как «другую реальность». Их связь иная, чем связь знака и значения, – если знак обладает значением в общем, то вещь обладает значимостью для отдельного человека. Материальное и имматериальное обитают в артефакте, это две стороны одной медали, активно изучаются в теории медиа [9]. Подход к артефактам, наделенным особой (двойственной) материальностью, позволяет сближать исследования как рукотворных, так и техногенных медиа (рисунков и фотографий), как репрезентативных, так и перформативных практик (театра и танца).

Артефакты являются результатами деятельности людей. Люди упорядочивают вещи, но активны не только люди, но и вещи, упорядочивая мир, люди сами становятся этим миром упорядоченными. «Артефакты вызывают определенное чувство повиновения, за этим скрывается их откровенная власть определять то, что социально приемлемо», как пишет Д. Миллер [10, р. 408]. Это усваивается в бессознательном, неявном знании.

Материальность медиа состоит в этой власти упорядочивать действия людей, а не просто в допущении того, что эти медиа могут тактильно ощущаться. Известно, что результаты деятельности часто не совпадают с целями, в результатах деятельности могут выступать факторы, несущие, например, угрозу социальной интеграции. И блокировать эти материальные угрозы могут только особые материальные меры. Здесь истоки многочисленных табу и магических практик, о которых мы ошибочно думаем как о примерах иррационального поведения.

Артефакты – это единство опосредствованного и неопосредствованного, материального и имматериального. Деление предметов на утилитарные (практически полезные) и неутилитарные не должно абсолютизироваться. Для артефактов художественной культуры такая классификация неприменима. Антрополог А. Леруа-Гуран считал, что «всякое искусство утилитарно: скипетр, символ королевской власти, посох епископа, любовная песня, патриотический гимн, статуя, в которой власть богов выражена материально, фреска, которая напоминает прихожанину ужас ада, – все, несомненно, имеет практическое значение» [7, р. 363]. Раз практическое, значит и материальное значение, ибо материальность здесь понимается не как пространственная вещественность артефактов, она понимается как порядок принуждающей людей силы. Материальное всегда соседствует с имматериальным не только в амулетах, но и в изображениях. Можно предположить, что, когда фотографии не было, ее роль выполняли подобные амулеты.

Артефакты – это не только мир средств, в своей совокупности это еще и среда, окружающая людей. В отличие от средств, которые действуют прерывно, среда непрерывна, в ней нет разрывов, если средства могут привести к результатам и возникнут отношения опосредствования и опыт репрезентативности, то среда не знает разрывов, она полна отношений прямого присут-

ствия. Изображения как конфигурации следов в разных средах – сфера материально-имматериального.

Объективизация научных идей лежит в основе разных медиа. Использование принципа оптической проекции камеры обскура привело к изобретению линейной перспективы в живописи Возрождения; объективизация химического принципа фиксации изображений привела к аналоговой фотографии, наконец, объективизация физических идей, позволяющих фиксировать изображения с помощью электронных носителей, привела к цифровой фотографии.

Среди исследователей нет согласия по вопросу о балансе позитивных надежд и разочарований в связи с изобретением цифровых изображений. Нередко образы, появившиеся вслед за «исчезнувшей аналоговой материальностью» называют «нематериальными». Материальность (и имматериальность) аналоговых изображений – не в материи картона или деревянной рамки, но в способности изображения открывать другую реальность, что достигается через кадрирование, работу фотографа со светом. Происходит ли в оцифровке аналоговых изображений «исчезновение» материальности? При всех различиях в способах получения, сохранения и распространения, цифровые образы представляют собой единство материального и имматериального, как это было и для аналоговых прототипов. Возникающая новизна технологии изображения столь разительна, что исследователи называют ее «не-фотография», «антифотография» [12]. Но показательны слова Ф. Ларуэля, который пишет, что «не-фотография прежде всего не означает абсурдного отрицания фотографии, равно как неевклидова геометрия не означает, что мы должны расстаться с Эвклидом» [6, р. VII].

Как пишет Л. Манович, компьютеризация фотографии «полностью изменила внутреннюю структуру фотографического изображения, тогда как его «оболочка», т. е. то, как выглядит типичная фотография, в большинстве случаев остается той же самой» [8]. В выполнение социальных функций, в процесс, как этот артефакт «работает», фотография вовлекается именно оболочкой. Фотографирование всегда связано с властью фотографа, именно его усилиями совершается сдвиг от материального к имматериальному, но нужна готовность зрителя играть в эту игру, пуститься в ее лабиринты.

Процесс восприятия фотографии – часть задачи подчинения этой власти, где зритель может стать (а может и не стать) участником игры с изображением. Фотограф, как охотник, ждет, когда картинка в поле видеосъемки станет похожа на то, что он о ней думает. Значение снимка, возникающего в этой охоте, не в объекте X или Y, какой оказался в кадре, но в моменте времени X или Y, когда нажимается кнопка [2]. Но кроме момента времени есть пространство кадра, где задаются его границы, кадрирование – другой важный элемент фотографического высказывания. Именно границы кадра завершают

изображение, когда проявляется сила, вызывающая повиновение, но не через высказывание, а через показывание.

В фильме этот элемент гораздо энергичнее, высказывание осуществляется кадрированием, декадрированием и т. д., идущем через монтаж. Кроме внешней границы кадра, есть границы и внутри изображения. Кино изобретается позже фотографии, но именно фильм изобличает природу фотографии. И не только ее. По словам Д. Агамбена, любое изображение (он добавлял: «включая Менины») следует рассматривать как кадр утраченного фильма [1].

Поставляя искомое, оператор действует не в познавательном плане поиска истины, но в экзистенциальном плане обретения уверенности в невидимом. Он действует и с надеждой, что кто-то его уверенность разделит. Без учета связи материального и имматериального будет необъясним способ, как невидимое делается видимым. Лишенный имматериального измерения, равно как редуцированный к одному только виртуальному символизму, фотографический процесс завершится фактом, он не становится артефактом. Такое завершение, впрочем, зависит и от готовности зрителя принять предложенные правила игры. Имматериальное производится всегда материально, эти полярности неотделимы. В процесс возникновения материального артефакта человек вовлекается всей своей материальной телесностью, как пишет Ф. Ларуэль: «Кроме глаз, рук, туловища, есть, возможно, наиболее затемненные и наиболее дорефлективные глубины тела, которые вовлекаются в фотографический акт» [6].

О глубине тела писал П. А. Флоренский, телесность не сводится к непроницаемой вещественности организма, он писал, что от онтологической периферии тела нужно идти «к его сосредоточению, к корню единства тела», «к телу в теле», где лежит мистическая глубина нашего существа» [13, с. 265].

Функция телесной глубины раскрываются в антропологии через понятие жеста, именно через эту форму активности осуществляется соприкосновение человека и сырой материальности мира [4]. Смысл жеста состоит в той работе, какую он осуществляет, а не в значениях, какие люди могут ему приписывать. «Чтение изображений» – это метафора? Да, мы «водим глазами» по изображению. Говорим, что изображение нам понятно. Но понимание здесь – не столько ответ на познавательный вопрос – «что это?», сколько ответ на экзистенциальный вопрос – «каково это для меня?». Изображениями проверяется наша готовность участвовать в чем-то, изображения актуализируют то, что звучит в этих словах – «вера» и «участие».

Жест не разновидность языка, наоборот, язык (как устный, так и письменный) – это развитие жестов [5]. Нет оснований противопоставлять язык жестов и язык слов, ибо язык слов речи весь построен из артикуляционных жестов. Материален крик, с которого начинается жизнь человека, имматериальна его речь или пение, которые складываются из артикуляционных жестов,

опирающихся на дыхание. Материально движение руки, но такое движение способно оставить след на какой-либо поверхности – это уже жест, ведущий к имматериальности графики.

Как замечает Л. Манович, «мы должны научиться читать слово фотография по-новому. Фотографический сегодня – это на самом деле фотоГРАФИЧЕСКИЙ, фото дает только начальный слой для конечного графического изображения» [8].

Важный вопрос Ф. Ларуэля: «как именно фотограф, через тело, глаза, камеру, соотносит себя с миром?» [6], можно продолжить: «как именно человек, который смотрит на фотографию или экран, соотносит себя с миром?».

Платон, автор мифа о пещере, полагал, чтобы что-то увидеть, нужно выйти из пещеры, но М.-Ж. Мондзен показывает – чтобы впервые что-то увидеть, нужно обязательно забраться в пещеру [11]. В дневном свете вне пещеры видимых предметов гораздо больше. Но в чем важная особенность изображений на освещаемой стене пещеры – они одновременно выступают предметами и для руки, и для взгляда. Все вокруг остается в темноте. Видение (изображений) изобреталось руками, как переход от видимого мира к видимому полю. Хаптическая (тактильная) и оптическая сенсорика связаны в опыте видения [14]. Графические следы на сводах и на стенах древних пещер – элементы пробной веры. Они были направляющими для мифографических репрезентаций осуществления ожидаемого, дарующего уверенность в невидимом. Фотография выступает продолжением этого процесса.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Agamben G. Notes on Gesture / G. Agamben. // Infancy and History The Destruction of Experience. – URL: https://monoskop.org/images/0/05/Agamben_Giorgio_Infancy_and_history_The_destruction_of_experience_1993.pdf (дата обращения: 23.08.2016).*

2. *Berger J. Understanding a Photograph. Selected Essays and Articles / J. Berger. – URL: http://www.macobo.com/essays/epdf/berger_understanding_a_photograph.pdf (дата обращения: 10.08.2016).*

3. *Бурдые П. и др. Общедоступное искусство: опыт о социальном использовании фотографии. М., Праксис, 2014. – 456 с.*

4. *Круткин В.Л. Материальность социокультурной жизни в антропологии Анри Леруа-Гурана. // Журнал социологии и социальной антропологии. 2015, – №4. – С.187–199.*

5. *Круткин В.Л. Человеческие движения: опыт междисциплинарного исследования. // Эпистемология и философия науки. – 2014, №3. С.167–179.*

6. *Laruelle F. The Concept of Non-Photography / F. Laruelle. – N.Y.: SequencePress 2011. – 143 p.*

7. *Leroi-Gourhan A.* Gesture and Speech. Translated by A. Bostock Berger. Cambridge, MA: MIT Press, 1993. – 419 p.
8. *Manovich Lev.* The paradoxes of digital photography / Photography After Photography. – URL: lib.vkarp.com>2013/04/01/манович-лев-будущее... (дата обращения: 03.09.2016).
9. Медиа: между магией и технологией / под ред. Н.Сосна и К.Федоровой. – М.; Екатеринбург: Кабинетный ученый, 2014. – 330 с.
10. *Miller D.* Artefacts and the meaning of things// Companion encyclopedia of anthropology / ed. by Tim Ingold. London; N.Y. : Routledge, 1994. P. 396-419.
11. *Mondzain M.-J.* What Does Seeing an Image Mean? Journal of Visual Culture 2010, – № 9: P. 307-315.
12. *Петровская Е.В.* Антифотография / Е.В. Петровская. М.: Три квадрата, 2003. – 196 с.
13. *Флоренский П.А.* Столп и утверждение истины / П.А. Флоренский. М., 1990. – 265с.
14. *Hansen M.* Media Theory / M. Hansen // Theory Culture Society, 2006. – P. 297-306.

А. А. ЛЕВИЦКАЯ

*кандидат педагогических наук, доцент
Таганрогский институт управления и экономики,
Россия, Таганрог
a.levitskaya@tmei.ru*

ВИЗУАЛЬНЫЕ КОМПОНЕНТЫ В РЕКЛАМЕ КАК ПРЕДМЕТ СЕМИОТИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

Аннотация. В работе рассматриваются возможности исследования рекламных медиатекстов с помощью метода семиотического анализа. Автор анализирует несколько рекламных сообщений с точки зрения коннотативных значений визуальных компонентов, делает вывод об актуальности использования принципов прикладной семиотики в создании рекламных медиатекстов.

Ключевые слова: семиотика, реклама, денотат, коннотат.

В социологической науке существуют несколько подходов к рассмотрению феномена визуализации. Исследователь С. Г. Ушкин выделяет три базовых подхода, первый автор связывает с представителями чикагской школы социологии (Г. Беккер, И. Гофман и др.), которых интересует то, «каким изменениям подвергаются внутренний мир человека, его способность к иден-