

УДК 316.728
ББК 71.063.2

НЕТУСОВА Т.М.

ПРИНЦИП МОНТАЖНОГО ИЗЛОЖЕНИЯ С.М. ЭЙЗЕНШТЕЙНА КАК ФОРМА САМОПРЕЗЕНТАЦИИ В ЛЮБИТЕЛЬСКОЙ ФОТОГРАФИИ КОНЦА XX — НАЧАЛА XXI ВЕКА

Любительская фотография — распространенное и популярное явление, которое пронизывает практически каждую сферу повседневной жизни современников. Совмещая первичные эмпирические данные, полученные в ходе опроса москвичей в возрасте 18—25 лет (общее количество анкет составило 265), и данные глубинного интервью респондентов в возрасте 45—52 лет (6 анкет) были выявлены некоторые закономерности и особенности самопрезентации поколений посредством любительских фотографий. Применение принципа монтажности С.М. Эйзенштейна к анализу полученных эмпирических данных позволило получить неожиданные результаты относительно непосредственно смысловой нагруженности фотографий в конце XX — начале XXI века, а также ключевых сюжетов фотографий двух поколений.

Ключевые слова: любительская фотография, монтаж, С.М. Эйзенштейн, репрезентация, социология, социологический опрос, семиотика, визуальные данные, культура повседневности.

Роль фотографии в современном мире

Фотография — это запечатленный фрагмент жизни, «остановка времени», а также ничем не заменимый источник информации. Это уникальная квинтэссенция технического развития человечества в целом и творческой, эмоциональной составляющей жизни обычного человека в частности.

Первые в истории снимки (еще в конце XIX в.), безусловно, были роскошью, носили оттенок эксклюзивности и производились в частных фотостудиях профессионалами. Удивительное явление начала XX в. — коллекция фотографий достопримечательностей Российской империи



IV

НАСЛЕДИЕ

С.М. Прокудина-Горского. Автор снимков запечатлел «в натуральных красках» всю ширь и богатство великой Российской империи. Эта первая отечественная фотолегионистка ценна не только как объект культурного наследия, но и как значимый социологический документ, содержащий в себе колоссальный пласт информации.

Сегодня наша жизнь немыслима без моментальных изображений действительности, которые доступны любому желающему. Фотография вышла за рамки профессиональных студий и стала широко распространенным хобби по всему миру. Сейчас камерой можно воспользоваться в любой момент: в темноте, в ограниченном пространстве и даже под водой. Все сферы жизни общества теперь пронизаны картинками: человек с «плаката» повсеместно преследует нас, будь то по дороге на работу в метро или же в виртуальном пространстве Интернета.

Резкий скачок в развитии фотоиндустрии и появление простых в использовании цифровых фотокамер привели к тому, что, следуя историческому девизу фотографии — «сохрани важный момент», обыватель производит огромное количество снимков, а важность и ценность сохраненных событий и эмоций просто теряются. Из множества фотографий лишь одного дня трудно вычленишь что-то единственно значимое. Впрочем, люди уже перестали испытывать такую необходимость. Очевидно, ввиду этого составление типологических рядов фотосюжетов создает некоторую сложность. Но стоит отметить, что фотографии не перестали характеризовать время.

Любительская фотография как отдельный жанр фотографии

Любительская фотография — широко распространенное явление, знакомое практически каждому человеку на Земле, но она недостаточно хорошо изучена научным сообществом. Уровень научного интереса к ней существенно возрос за последнее время. Любительская фотография — источник информации о реальности, взгляд отдельного человека не только на различные события его жизни, но и на себя самого. Важно, что такие снимки делает не профессиональный оператор, не корреспондент, а обычный человек. Таким образом, именно любительские фотографии выступают уникальным инструментом демонстрации жизненного мира.

Сегодня любительскими снимками пронизана вся повседневная жизнь человека, а развитие цифровых технологий весьма этому способствует. Фотографии, как правило, загружаются в социальную сеть, чтобы показать всем остальным: «Вот я в Стамбуле» или еще где-нибудь. Таким образом, фотография становится чем-то средним между частной жизнью и рекламой. По сути, это создание собственного образа для полупубличного показа.

Итак, актуальность любительской фотографии трудно оспорить. Попробуем теперь операционализировать данное понятие, с тем чтобы в дальнейшем понимать, какой смысл вкладывает автор и читатель в данное словосочетание.

Многое изменилось после того, как фотографирование стало массовой практикой, а не просто досугом состоятельных людей. Появилось разделение на профессионалов и любителей: людей, которые знали о фотографии все, и тех, кто лишь приятно проводил время, создавая и разглядывая фотоснимки. Несколько позже, с развитием технологий, можно уже было сказать следующее: когда фотографы-любители получают в свое распоряжение фотокамеры «Pentax» и «Nikon», любительство перестает быть технической категорией. Если раньше можно было провести границу между профессионалом и любителем за счет использования определенной дорогостоящей техники, то вместе с усовершенствованием технической стороны производства фотографии произошел резкий ценовой спад у такой аппаратуры, что, в свою очередь, привело к ее массовому распространению среди непрофессионалов.

На популярном информационном портале о фототехнике и фотографии «Fotokomok.ru» есть достаточно простое разделение фотографии на профессиональную и любительскую: «Во-первых, профессиональная фотография делается качественной дорогой аппаратурой. При этом не важно, аналоговая камера это или цифровая. Во-вторых, профессиональная фотография отличается высоким качеством изображения, так как фотограф при съемке учитывает множество факторов, таких как освещенность, расстояние и многие другие. При этом мастер умело пользуется всевозможными настройками фотоаппарата. В-третьих, профессиональная фотография, как правило, отличается выраженной сюжетной линией и художественностью. Любители чаще всего делают свои снимки спонтанно, а профессионалы тратят некоторое время на подготовку, обдумывая композицию и выставляя освещение. Любительское фото, как правило, просматривается зрителем быстро и без особого интереса, а вот профессиональная фотография останавливает на себе взгляд» [3]. Буквально у каждого дома лежат «килограммы» различных фотографий и еще больше их хранится мертвым грузом на компьютере. Но 99% всего этого богатства — любительская фотография, интересная только узкому кругу членов семьи и друзей. В основной своей массе это снимки невысокой художественной ценности и без сюжетного наполнения. «Когда фотографии не только привлекают внимание, но и начинают приносить финансовую выгоду, это означает, что фотограф из любителя превращается в профессионала» [3]. Как мы видим, ключевыми характеристиками данной классификации является «качество изображения и фотоаппаратуры», «художественность», а что самое главное — «финансовая выгода». Если первые два параметра являются достаточно дискуссионными, то третий не вызывает сомнений.

Важную особенность отметила отечественный социолог О.Ю. Бойцова [2], которая под любительскими понимает фотографии, сделанные непрофессионалами для использования в личных целях. В дополнение к непрофессионализму любителей в области фотографии, она говорит о такой важной черте, как личное пользование,

ведь основная цель производства фотографии профессионалами — получение прибыли, а не хранение.

Резюмируя данные размышления, выделим ключевые характеристики любительской фотографии.

1. Производство фотографий в личных целях, демонстрация их узкому кругу людей (как правило, семье и друзьям).

2. Отсутствие мотива получения финансовой выгоды; качество, функциональные возможности и рыночная цена используемой фотоаппаратуры.

3. Качество изображения (размер зерна, цифровой объем фотографии и т. д.).

4. Художественность изображения и обдуманность съемки; наличие специального образования в сфере фотографии (в том числе различных дипломов и сертификатов).

5. Относительно большое количество произведенных фотографий в год.

Монтаж С.М. Эйзенштейна

Определив, какой смысл мы включаем в одно из двух ключевых понятий данной работы, можно перейти к теоретической составляющей. Многим знакомо имя Сергея Михайловича Эйзенштейна, отечественного режиссера театра и кино, в первую очередь, в связи с упоминанием таких художественных фильмов, как «Броненосец «Потемкин»» или «Иван Грозный». Его считают одним из пионеров семиотики. Научное сообщество утверждает, что его изыскания в области психологии творчества и механизмов восприятия открыли науке новые пути. Педагогика опирается на опыт разработки С.М. Эйзенштейна — преподавателя, руководителя творческой мастерской в Государственном техникуме кинематографии (с 1938 г. Всесоюзный государственный институт кинематографии, ныне с 1986 г. Всероссийский государственный университет кинематографии им. С.А. Герасимова — ВГИК) и других экспериментальных кинолабораториях. Работы С.М. Эйзенштейна: «Монтаж аттракционов», «Вертикальный монтаж», «Неравнодушная природа» и множество других — фундамент кинотеории и кладезь мудрости.

Одно из его произведений — статья «Монтаж» (1938 г.) идеально подходит для изучения любительской фотографии конца XX — начала XXI в., т. е. современной фотографии. Данная работа основана на лекциях, прочитанных им в Государственном техникуме кинематографии на курсе режиссерского факультета в 1933—1934 гг. Это придает статье живость и простоту изложения, а также предельно прикладное значение. Она не только рассказывает о теоретических процессах, действительно важных для правильного понимания кинематографа, но и наталкивает на несколько иное осмысление творческого процесса, всегда кажущегося спонтанным, подчас даже непредсказуемым, подсознательным, но на самом деле основанного на воспринятом опыте произведений и мастеров своего дела.

Как же современная любительская фотография, предельно узкая сфера научного интереса, может соотноситься со статьей прошлого века, посвященной монтажу в кино? «В кажущемся статическом одновременном “соприсутствии” деталей неподвижной картины применен совершенно тот же монтажный отбор, та же строгая последовательность сопоставлений деталей, как и во временных искусствах. Монтаж имеет реалистическое значение в том случае, если отдельные куски в сопоставлении дают общее, синтез темы, то есть образ, воплотивший в себе тему» [4, с. 170—171].

С.М. Эйзенштейн рассматривал монтаж не как специфическое средство киноискусства, присущее именно и исключительно ему, но и одновременно как принцип композиции, как «строение вещей», как творческий процесс создания кинематографического образа. Следует операционализировать второе ключевое понятие данной работы, а именно монтаж. Здесь мы будем придерживаться единственной, на наш взгляд, правильной трактовки данного понятия. Монтаж изобретен для оптимизации работы в кинематографе: киноплёнка была не бесконечной длины, поэтому приходилось склеивать один ее кусок с другим, но «...два каких-либо куска, поставленные рядом, неминуемо соединяются в новое представление...» [4, с. 157]. С.М. Эйзенштейн называл это трафаретным выводом, т. е. обобщением двух составляющих. Автор поясняет: «Это отнюдь не сугубо кинематографическое обстоятельство, а явление, встречающееся неизбежно во всех случаях, когда мы имеем дело с сопоставлением двух фактов, явлений, предметов» [4, с. 157]. Именно это обстоятельство дает нам возможность применять, казалось бы, абсолютно кинематографическое явление к любительской фотографии. В целом создается впечатление, что С.М. Эйзенштейн трактует понятие «монтаж» достаточно метафорично, вероятно поэтому он чаще использует словосочетание «принцип монтажности». Таким образом, монтаж выходит далеко за пределы области склейки кусков пленки между собой.

Можно рассматривать этот принцип С.М. Эйзенштейна в рамках любительской фотографии в двух аспектах.

1. Если брать фотографию как производную от кинематографа (в теоретическом контексте построения сюжета и композиции и т. д., отнюдь не в историческом разрезе) и рассматривать первую, используя структурно-инструментальный подход.

2. Если придерживаться «широкой», метафоричной трактовки С.М. Эйзенштейна понятия «монтаж» и рассматривать фотографию как целостное произведение искусства, которое генерирует определенное восприятие и эмоции у зрителя.

Стоит отметить, что при использовании любой трактовки принципа монтажа С.М. Эйзенштейна то, что монтаж — наиболее последовательное и закономерное средство реалистического раскрытия содержания, не отнять. Безусловно, данное утверждение относится и к любительской фотографии. «...Каждый монтажный кусок

существует уже не как нечто безотносительное, а являет собой некое частное изображение единой общей темы, которая в равной мере пронизывает все эти куски. Сопоставление подобных частных деталей в определенном строе монтажа вызывает к жизни, заставляет возникнуть в восприятии то общее, что породило каждое отдельно и связывает их между собой в целое...» [4, с. 159]. Получается, что $A + B = C$, при том, что вопреки всем математическим законам, $C \neq A + B$, это уже новый продукт с производными A и B .

Для С.М. Эйзенштейна важно, что «...выяснение того, как видеть эти предметы перечисления — общим планом или монтажно, — вовсе не праздная игра ума: тот или иной порядок видения этих предметов перед собой и вызовет ту или иную степень усиления интонации. Это усиление будет не нарочно сделанным, а естественно отвечающим на степень интенсивности, с которой фантазия рисует предмет перед актером» [4, с. 186]. По сути, автор говорит о том, как преподносит творец свое произведение, на чем делает акцент, где крупный план или, напротив, что на заднем плане. Вот что играет самую важную роль в любой сфере культуры! А ведь С.М. Эйзенштейн приводит именно такие примеры: совершенно не связанные между собой, диаметрально противоположные. Единственное, что их объединяет — принцип монтажности и принадлежность к сфере культуры.

Если с комбинацией «кинематограф — монтаж» все достаточно прозрачно, то комбинацию «фотография — монтаж» следует пояснить. Дело в том, что именно «...из статических элементов — данных, придуманных — и из сопоставления их друг с другом рождаются динамически возникающая эмоция, динамически возникающий образ» [4, с. 177]. Статичность или динамичность изображения не принципиальна: кинофильм все равно разбивается на кадры, т. е. самодостаточные фотографии. Интересен тот факт, что фотография была изобретена задолго до кинематографа, но принцип монтажности «дошел» до нее не сразу, а первоначально активно применялся именно в кинематографе.

Создается такое впечатление, что С.М. Эйзенштейн может найти принцип монтажности практически в любой вещи, стоит лишь обратить внимание на то, с какой легкостью он раскладывает по альтернативным планам кино стихотворения А.С. Пушкина или В.В. Маяковского, сцену А.С. Грибоедова или же картину Леонардо да Винчи. При этом слегка посмеиваясь, говоря, что «...эпоха Грибоедова и Пушкина весьма остромонтажна...» [4, с. 187]. Вот, что, в частности, пишет С.М. Эйзенштейн о В.В. Маяковском: «При этом Маяковский разрушает строчку так, как это делал бы опытный монтажер, выстраивающий типичную сцену столкновения (“звезд” и “Есенина”))» [4, с. 184]. Такое ощущение, что этот человек — современник классиков и сам помогал им сочинять великие произведения. Безусловно, С.М. Эйзенштейн анализирует упомянутые достояния культуры как истинный режиссер, выделяя подбор деталей, образы, основные планы и ак-

центы. Он «вырезает “слагающие изображения” строгой рамкой кинокадров».

Говоря о монтаже, невольно сталкиваешься с двумя важными понятиями — «изображение» и «образ». Если изображение — это то, что мы фактически видим перед собой, например, фотографию своей бабушки, то образ — это наполненное изображение: к непосредственно картинке добавляются наши память и эмоции. И мы уже видим не просто реалистичную картинку бабушки, а видим именно ее, с добрыми большими руками, ласковым родным голосом и ароматом домашней выпечки, который всегда окутывал ее.

Вспользуемся теперь яркими примерами С.М. Эйзенштейна из классических произведений. Так, например, в произведении Л.Н. Толстова «Анна Каренина» есть такая фраза: «...Когда Вронский смотрел на часы на балконе Карениных, он был так растревожен и занят своими мыслями, что видел стрелки на циферблате, но не мог понять, который час...» [цит. по: 4, с. 160]. Здесь как раз речь идет об образе и изображении. Герой видит именно изображение часов, но не может почувствовать образ времени из-за взволнованного состояния. Так, когда мы видим цифру «5», то на память нам приходят картины различных событий, например, по мнению С.М. Эйзенштейна, час пик в метро и ряд других «изображений», которые складываются в общий образ пяти часов. Примечателен пример С.М. Эйзенштейна с названиями улиц в Нью-Йорке, где они обозначаются номерами: «Пятая авеню», «Сорок вторая», «Сорок пятая» и т. д. С.М. Эйзенштейн писал: «Мы привыкли к названиям улиц, и это для нас значительно легче, ибо название сразу же родит образ улицы, то есть при произнесении соответствующего названия возникает вместе с образом определенный комплекс ощущений» [4, с. 162]. Для москвича, приехавшего в этот город, совершенно невозможно ориентироваться, поскольку для него «Сорок пятая улица» — это лишь изображение, порядковый номер, тогда как для жителя Нью-Йорка — это уже образ, улица, на которой находится кафе с самым вкусным кофе и свежеподжаренным тостом и маленький неприметный винтажный магазинчик, где он купил свои любимые часы. «...Мы свою фантазию заставляем рисовать перед нами ряд конкретных картин или ситуаций, соответствующих нашей теме» [4, с. 174]. Для каждого человека это будут свои магазинчики и маленькие уютные кафе.

Принцип монтажности в современных любительских фотографиях

Если произведение искусства, как говорил С.М. Эйзенштейн, «понимаемое динамически, и есть процесс становления образов в чувствах и разуме зрителя» [4, с. 163], то этот процесс должен постоянно возникать и разворачиваться именно при демонстрации любительской фотографии своим друзьям и родственникам. В 2012 г. было проведено авторское социологическое исследование, посвященное определению ценности любительской

фотографии у людей двух поколений: респондентов в возрасте 45—52 лет (старшее поколение) и респондентов в возрасте 18—25 лет (младшее поколение). Посмотрим на некоторые результаты данного исследования в рамках принципа монтажности С.М. Эйзенштейна.

Определение основных сюжетов фотографии — предельно важная и значимая задача, ведь, создавая любительские фотографии в свое удовольствие, человек невольно дает объективную информацию: что ему интересно, что ему дорого в жизни. Как сказал С.М. Эйзенштейн: «...Представления образно индивидуальны, различны и вместе с тем тематически едины» [4, с. 171], за счет чего категоризация сюжетов любительской фотографии выглядит вполне реалистично.

Младшему поколению свойственны следующие популярные сюжеты фотографий: портреты людей, вечеринки, путешествия, природа, город и отдельная категория — «все подряд». Рассматривая подробнее каждую группу сюжетов, можно отметить некоторые интересные черты. На портретных фотографиях (20,5% ответов) самым важным являются эмоции и настроение. На них могут быть изображены люди на каком-либо фоне — архитектуры, природы и т. д. Здесь можно проследить отмеченный нами принцип монтажности С.М. Эйзенштейна. Для респондентов не так важны отдельные снимки человека и архитектуры, как общий образ, который получается в совмещении двух планов.

Что касается категории «вечеринки» (8,2% ответов), куда входят различные мероприятия с друзьями, то была выявлена следующая корреляция: у респондентов с доходом ниже среднего и с техническим образованием большую часть личного фотоархива занимают любительские фотографии, основным сюжетом которых являются вечеринки. Это можно объяснить тем, что наиболее простым и наименее затратным времяпрепровождением является поход в гости, а также общение с друзьями, которое принимает вид «тусовок». Снимки из путешествий и поездок (13,2% ответов), а также фотографии природы (12,7% ответов), а именно пейзажно-видовые фотографии с необычными природными явлениями — фиксируют определенный вид досуга, свойственный младшему поколению, который связан с познанием окружающего мира.

Итак, сравним процентное соотношение ответов респондентов. Любительские фотографии из путешествий — 13,2%, тогда как портретные фотографии, в частности человека на фоне чего-либо (архитектурного здания или пейзажа моря из путешествия) — 20,5%. Безусловно, разница этих сюжетов очевидна, иначе не было бы создано новой категории, но тем не менее процент ответов очень выделяется. Получается, что, исходя из логики монтажа С.М. Эйзенштейна, чем больше планов, склеенных кусков на фотографии, тем больший интерес и значимость это вызывает у младшего поколения. Такой вывод вполне объясним возросшим в последнее время интересом у младшего поколения к различным коллажам и триптихам. «Единичное входит в

сознание... и ощущение, и через совокупность каждая деталь сохраняется в нем в ощущениях и памяти неотрывно от целого» [4, с. 162]. У старшего поколения эта потребность также прослеживается, но на несколько другом этапе. Им более свойственно составлять тематические фотоальбомы, которые являются неким монтажным фильмом про одно или несколько значительных событий. С.М. Эйзенштейн писал, что «...изображения слагаются в объединяющий их эмоционально переживаемый образ...» [4].

Возвращаясь к сюжетам любительской фотографии младшего поколения, стоит выделить респондентов, которые предпочитают фотографировать «все, что видят» (12,8% ответов). В данном случае речь идет о том, что не подлежит никакой дифференциации: различных предметах, автомобилях, животных, растениях, железной дороге и т. д. Среди неупомянутых сюжетов любительской фотографии младшего поколения можно также выделить следующие: домашние животные, приготовленная еда, семья (ребенок), городская архитектура, незнакомые люди, улицы города и автопортреты. Процент ответов, посвященных данным сюжетам, настолько мал, что представляется невозможным категоризировать и дифференцировать их.

Отметим важную характеристику портретных фотографий: на них, как правило, изображен непосредственно человек, нередко крупным планом, что свидетельствует о том, что респондентам младшего поколения важно передать и запомнить красоту и образ человека. Выражаясь языком С.М. Эйзенштейна, в данном случае для респондентов важно изображение как эстетическая составляющая фотографии, а не образ. На фотографиях младшего поколения с сюжетом «вечеринок» в основном изображены большие компании молодежи, как правило, в домашней обстановке. Непременным атрибутом таких фотографий является наличие алкогольных напитков. Фотографии с «путешествиями», как правило, отличаются своей пейзажностью. И, наконец, категория «природа» представлена достаточно предсказуемо: пейзажные фотографии, а также макросъемка.

Интересные результаты были получены при анкетировании старшего поколения. Самые популярные сюжеты любительских фотоархивов — «застолья, торжества и праздники». К сожалению, поскольку в данном случае был использован качественный, а не количественный метод, исходя из задач исследования, мы не можем оперировать цифрами и процентным соотношением. Далее по популярности, как и у младшего поколения, расположились фотографии с изображением людей. Однако если у первых, в основном, изображены друзья, то у респондентов старшего поколения этот список намного шире: дети, семья, гости, родственники, коллеги и т. д. Здесь важно отметить, что у младшего поколения семья входит в ряд ключевых ценностей, но поскольку своей собственной семьей пока еще нет, в любительских фотоархивах она встречается гораздо реже.

Респондентам старшего поколения свойственно фотографировать природу, однако стоит отметить, что в основном это либо необычные природные явления (как и у младшего поколения), либо природа «дачная». Данную особенность можно объяснить проведением досуга на загородных участках. Старшее поколение фотографирует важные для него мероприятия: рыбалка, народные гуляния и т. д. Респонденты опять же делают снимки своего досуга, и что важно, этот досуг носит культурно-развлекательный характер. Таким образом, практически все фотографии старшего поколения выполнены во время отдыха, что позволяет делать выводы относительно способа проведения досуга. Так, старшее поколение в основном приглашает друзей в гости на «застолья», а также предпочитает размеренный загородный отдых. Хотя, это, скорее, социологический вывод, нежели применимый для анализа монтажа фотографии.

На основе результатов контент-анализа были выделены схожие сюжеты фотографий, что и во время интервью: вечеринки, люди, путешествия, природа, дача и отдельная категория — другое. В группу «другое» для старшего поколения вошли сюжеты: культурно-массовые мероприятия, натюрморт и домашние животные. Как и для младшего поколения, результаты контент-анализа и интервью несколько различались. В ходе интервью приоритетность сюжетов распределилась следующим образом: люди, вечеринки, природа, путешествия, дача, тогда как на основе контент-анализа была установлена следующая очередность: люди, путешествия, природа, дача, вечеринки. Это можно объяснить аналогично выводам по младшему поколению: одно дело значимые, ценные фотографии и совершенно другое — их количество. Категории «природа» и «дача» получили такую популярность в связи с тем, что респонденты старшего поколения активно используют мобильный телефон, чтобы запечатлеть что-то важное, а поскольку основную часть своего досуга они проводят на даче, то и количество фотографий достаточно большое.

В фотоархивах обоих поколений присутствуют снимки людей, что также подтверждается интервью. Однако в отличие от младшего поколения, старшее поколение фотографирует людей в различной обстановке, т. е. на вечеринках, на природе и т. д. Именно так выглядит принцип монтажности С.М. Эйзенштейна в самом прямом его понимании. Представители старшего поколения пытаются таким образом сохранить в памяти важные события. Сравнивая сюжеты «вечеринок» двух поколений, создается впечатление, что вечеринки старшего поколения более праздничные и торжественные. На фотографиях присутствуют такие атрибуты праздника, как цветы, бенгальские огни, нарядная одежда. На снимках из категории «путешествия» также можно найти различия в презентации поколений. Для старшего поколения характерна поза «Я здесь был» на фоне какой-либо достопримечательности. Категория «природа» представлена в фотоархивах поколений практически одинаково: это пейзажные фото-

графии, а также макросъемка. Категория «дача» свойственна только старшему поколению. Это изображения цветов, урожая, а также построек как способ запечатлеть и архивировать в памяти достигнутые цели. Отметим одну черту, свойственную старшему поколению: для него на первом месте всегда стоит человек, в контексте торжества, отдыха или путешествия.

Поскольку фотография — уникальный источник информации, необходимо привести хотя бы один визуальный пример. Рассмотрим фотографии из путешествия 2013 г., которые были размещены в социальной сети девушкой 22 лет, работающей в сфере рекламы и получившей высшее гуманитарное образование. Мы видим один и тот же сюжет, но по-разному представленный: Эйфелева башня в профиль, с немного обрезанным шпилем (рис. 1); художественное изображение Эйфелевой башни (под углом) (рис. 2); монтажная фотография, на которой автор «держит» Эйфелеву башню за шпиль (рис. 3); портретная фотография на фоне ночной Эйфелевой башни (рис. 4)*.

На всех четырех фотографиях автор сделал акцент именно на Эйфелевой башне, символе Парижа. По принципу монтажности С.М. Эйзенштейна фотография 1 — это предельно не монтажная фотография, несмотря на голубое небо, мост и т. д. Это само изображение, если сравнить его с остальными работами автора. Фотография 2 имеет такой же смысл и практически такое же настроение, как и фотография 1, за одним исключением — объектив фотоаппарата несколько повернут, за счет чего мы видим Эйфелеву башню не в привычном для туриста ракурсе. Сравнивая между собой фотографию 1 и фотографию 2, можно сказать, что образ башни создается на первой фотографии, тогда как более монтажна — вторая. Фотография 3 — квинтэссенция типичных сюжетов любительских фотографий туристов в Париже: художественность построения изображения, ночной город и его главная достопримечательность. Словами С.М. Эйзенштейна, это есть ни что иное, как «сопоставление подобных определяющих крупных планов, сочетаясь, они рождает образ содержания игры, в отличие от изображения этого содержания» [4, с. 166].

Фотография 4 вызывает интерес зрителя за счет присутствия на ней человека, автора всех остальных изображений. Благодаря индивидуальной оценочной системе, которая инкорпорирована в социальные сети, нам доступно зафиксировать мнение друзей автора и их отношение к фотографиям. Первая фотография получила 0 оценок, вторая — 1, третья — 13 и четвертая — 18. Очевидно, что интереснее смотреть не просто на Эйфелеву башню, а на новое художественное изображение всем известного символа города или же на своего друга на фоне башни. Неперсонализованные фотографии очень похожи на открытки, они, как правило, не вызывают эмоций, кро-

* Фотографии предоставлены автором статьи.



Рис. 1



Рис. 2

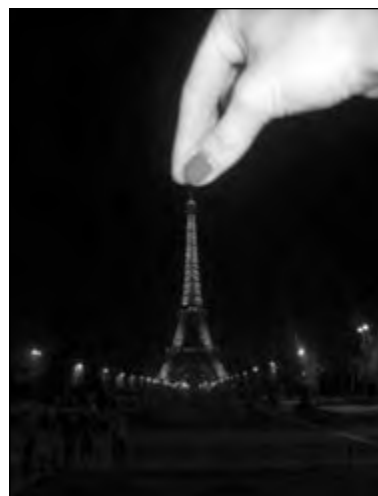


Рис. 3

ме как восхищение красотой. Это простое изображение с отсутствием монтажного листа, используя дискурс С.М. Эйзенштейна. Безусловно, есть большое количество красивых пейзажей, необычных мест, но, смотря на фотографию человека, зритель испытывает куда более разнообразную гамму чувств, чем просто восхищение красотой и композицией фотографии.

На фотографии 3 зритель видит в первую очередь своего друга в обстановке ночного Парижа, нежели красивый пейзаж с культурной достопримечательностью. «...Сопоставление двух монтажных кусков больше похоже не на сумму их, а на произведение» [4, с. 158], как мы уже рассматривали эту поразительную схему ранее. То же происходит и с фотографией 4: это не отдельно Эйфелева башня и не отдельно человек, а новый продукт, который интересен зрителю. Таким образом, выражаясь теоретическим научным языком С.М. Эйзенштейна, происходит «ослабление интереса к самому содержанию кусков, смешав исследовательскую заинтересованность...» [4, с. 158]. Зритель видит не разрозненную картину с Эйфелевой башней, ночным Парижем и другом, а общую атмосферу снимка. У каждого свой процесс восприятия информации с изображения: кто-то вначале обратит внимание на задний план и горящие уличные фонари, кто-то будет смотреть только на привлекательное лицо молодой девушки. Но так или иначе зрителем воспринимается целостная картина с многоплановостью и красивым монтажным листом.

Важен вопрос демонстрации любительской фотографии, поскольку без зрителя снимок практически не имеет значения. В связи с этим логика рассуждений С.М. Эйзенштейна хорошо накладывается на мысли зарубежного теоретика фотографии Р. Барта, который рассматривает фотографию с трех различных точек зрения [1].

1. Со стороны источника или отправителя фотографии, Оператора (Operator).

2. Со стороны среды получателей, Спектатора (Spectator).

3. Со стороны сообщения фотографии, Спектрума (Spectrum).

Рассматривая фотографическое изображение, он трактует его как сообщение, т. е. акт коммуникации. Этот необычный акт коммуникации, субъект-объектный, не так прост, как кажется на первый взгляд. Здесь происходит опосредованная субъект-субъектная коммуникация автора со зрителем посредством фотографии.

Кроме анализа коммуникации, Р. Барт выделяет два ключевых вида сообщения: денотативное и коннотативное. Если первый вид представляет собой аналог реальности, то второй является производным от способа понимания, принятого в обществе. Таким образом, коннотация является наложением вторичного смысла на фотографическое сообщение. Такого результата можно достигнуть как за счет монтажа, цифровой обработки, так и определенной позы человека на фотографии, которую выбирает сам фотограф. Именно об этом говорит С.М. Эйзенштейн в работе «Монтаж», обозначая при этом денотативную составляющую фотографии — изображением, а коннотативное — образом.

Возвращаясь к процессу показа фотографий, сделаем акцент на зрителе, как его называет С.М. Эйзенштейн. «...Зритель втягивается в такой творческий акт, в котором его индивидуальность не только не поработается индивидуальностью автора, но раскрывается до конца в слиянии с авторским смыслом так, как сливается индивидуальность великого актера с индивидуальностью великого драматурга в создании классического сценического образа. Действительно, каждый зритель в соответствии со своей индивидуальностью, по-своему, из своего опыта, из недр своей фантазии, из ткани своих ассоциаций, из предпосылок своего характера, нрава и социальной принадлежности творит образ по этим точно направляющим изображениям, подсказанным ему автором...» [4, с. 171]. Получается, что зритель, пока смотрит фотографии, проходит тот же самый путь, которым прошел автор, создавая образы. Его впечатления и эмоции — сугубо

субъективные чувства, но за счет того, что до этого автор обозначил определенные рамки, как правило, восприятие совпадает. Вероятно, из-за этого созидательного процесса и возникают критические заметки, недовольство или непонимание предметов культуры: когда зритель «пошел» не тем путем, как планировал и сделал это автор произведения.

Проблема монтажности и монтажного изображения применима практически к любому аспекту нашей повседневной жизни. С.М. Эйзенштейн отлично показал, как можно разложить на отдельные кадры и стихотворения В.В. Маяковского, и отрывок из романа «Анна Каренина» Л.Н. Толстого. «В зрительных ли, в звуковых или в звукозрительных сочетаниях, в создании ли образа, ситуации или в «магическом» воплощении перед нами образа действующего лица — у Пушкина или у Маяковского — везде одинаково наличествует все тот же метод монтажа» [4, с. 188].

Получается, что основная задача принципа монтажности заключается не только в художественном изображении и красивом преподнесении мысли или сценария, но и в необходимости «...зрительно передать во всей полноте ощущения и замысел автора, передать с “той силой физической ощутимости”, с какой они стояли перед автором в минуты творческой работы и творческого видения» [4, с. 171]. Передать благодаря именно таким инструментальным приемам, как изображение крупным планом, многоплановость или же, напротив, использовать рассеянное внимание зрителя.

Любительская фотография — достаточно специфическая и узкая сфера для научного изучения, но, несмотря на трудность в операционализации понятия и большое количество дискуссионных моментов, интерес у научного сообщества к визуальной социологии и культуре повседневности растет. Фотография в общем понимании — область, близкая кинематографу и работам С.М. Эйзенштейна. Поразительно, что более «старшей» фотографии все еще есть, что позаимствовать у «молодого» кинематографа.

В данной работе была рассмотрена теория классика на примере современных любительских фотографий. В качестве основной мысли для вывода приведем слова С.М. Эйзенштейна, что «...этап, подобный тому, который я описываю выше, неизбежно существует на путях



Рис. 4

формирования и усиления эмоций, будь то в жизни, будь то в технике творческого процесса» [4, с. 176].

Отметим, что любые сюжеты любительских фотографий подчиняются принципу монтажности, описанному С.М. Эйзенштейном. Всякий раз, когда зритель берет фотографию, он оценивает не только красивое изображение, но и то, что в целом показано на снимке: передние и задние планы, природу и людей и т. д. У него могут возникать разные эмоции, нередко противоречащие замыслу автора, но тем не менее, он заново «проходит» путь, намеченный автором фотографии. В том числе и за счет данного момента все еще существует коммуникация при демонстрации любительских фотографий.

Ключевым нововведением и основной мыслью работы «Монтаж» С.М. Эйзенштейна была мысль о том, что монтаж можно понимать не только в узком кинематографическом инструментальном принци-

пе, но и в более широком, применимом практически к любой сфере нашей повседневной жизни. Монтаж — это, скорее, принцип восприятия мира и действительности, а также принцип конструирования реальности, а не просто «склеивание кадров».

Наконец, если взглянуть на данную статью в целом, то она также была написана по принципу монтажности С.М. Эйзенштейна: есть отдельные независимые смысловые части, есть общая тема, которой каждая из них по-своему подчинена. И в результате есть публикация, которая совмещает в себе все эти черты и сама по себе является примером принципа монтажного изложения С.М. Эйзенштейна.

Список источников

1. *Барт Р.* Camera lucida [Текст] : комментарий к фотографии / Ролан Барт ; [пер. с фр., послесл. и коммент. М. Рыклина]. — М. : Ad Marginem, 2011. — 267 с.
2. *Бойцова О.Ю.* Структура фотографического сообщения (на примере любительской фотографии) // Русская антропологическая школа. Труды. — 2005. — Вып. 3. — С. 409—415.
3. Фотография любительская и профессиональная [Электронный ресурс] // Информационный портал о фототехнике. — URL: <http://www.fotokomok.ru/fotografiya-lyubitelskaya-i-professionalnaya/> (дата обращения: 03.04.2015).
4. *Эйзенштейн С.М.* Монтаж (1938) / С.М. Эйзенштейн // Избранные произведения : в 6 т. — М. : Искусство, 1964. — Т. 2. — С. 156—188.