



СОВРЕМЕННОСТЬ / POST

АЛЬМАНАХ
СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ
ИССЛЕДОВАНИЙ

№1

С56 Современность/POST. Альманах социокультурных исследований [Текст] / под ред. Е. Карцева, Г. Зверевой ; Гос. ун-т — Высшая школа экономики. — М. : ТЕИС, 2006. — 390 [2] с. — 1000 экз. — ISBN 5-7598-0426-X (в обл.).

Предлагаемый читателям Альманах социокультурных исследований «Современность/Post» — новое научное периодическое издание, посвященное междисциплинарному изучению проблем творческого саморазвития социума и трансформации культурного самосознания в условиях формирования глобального информационного мира. В методологическом отношении новый Альманах соответствует концепциям и стратегическим направлениям ГУ ВШЭ в социогуманитарной области, призванным содействовать интеграции и взаимодействию различных отраслей знания на «территории» культуры. Первый выпуск Альманаха включает в себя разделы: «Теория и методология», «Социокультурная история: подходы к изучению», «Социально-культурные практики», «Образование и культурная политика». В альманахе представлены статьи исследователей из ГУ ВШЭ, РГГУ, ИС РАН, ИНИОНа, МГУ, МГИМО и других научных центров и высших учебных заведений России. В работах рассматриваются дискуссионные вопросы социокультурной теории и практики, цивилизационной стратегии России в контекстах постсовременности, качественного преобразования социокультурной среды, личностной и групповой самоидентификации.

Для профессиональных культурологов, социологов и философов культуры, а также студентов и аспирантов социально-гуманитарных вузов России.

УДК 316.7
ББК 60.5

Дмитрий Попов

Интеллигенция глазами социолога. Парадигма визуальной социологии

Социология изучает мир человеческих отношений, мир скрытый, непроявленный для исследователя. Способы его проявления могут быть самыми различными: изучение географических пространств (Э. Бёрджесс), идеальных типов (М. Вебер) и др. Одно из перспективных направлений современной социологии – *visual sociology* – обращается к изображению, как к средству и способу исследования социальной реальности, ведь в фотографии происходит импринтинг, фиксация человеческих отношений. Огромное значение имеет тот факт, что люди сегодня все большее внимание уделяют визуальным знакам, миру открытых визуальных посланий.

Фотография появилась примерно в одно время с социологией, однако использование фотографий как источника социальной информации так и не стало популярным. Миллионы фотографий делаются каждый год и становятся достоянием семейных альбомов, но социологи не испытывают особого интереса к тому, что могло бы стать основной информационной базой исследования и продемонстрировать запечатленный образ индивида, группы, места действия. Между тем, некоторые социологи полагают, что визуальная социология со временем в теоретическом плане может серьезно потеснить социологию, построенную на написанном или сказанном слове¹, также как книжный мир, галактика Гуттенберга, вынужден был уступить свои позиции под напором мира визуальных образов – кино, телевидения, компьютерных виртуальных реальностей.

На первые работы, сделанные с использованием метода визуальной социологии, прямое и серьезное влияние оказала фотодокументалистика². С точки зрения фотодокументалистов фотография есть абсолютная правда,

¹ Wagner J. (ed.) *Images of Information: Still Photography in the Social Sciences*. – Beverly Hills, CA: Sage, 1979.

² См. напр. Davidson B. *EWO Street*. Cambridge: Harvard University Press. 1970.

Adelman B. *Down Home*. New York: McGraw-Hill. 1972.

Simon P. and Mungo R. *Moving on Standing Still*. New York: Grossman. 1972.

Kerry J. *The New Soldier*. New York: Macmillan. 1971.

объективная реальность, пойманная камерой. Однако же, несмотря на эту кажущуюся «реальность», все фотоизображения есть конструкция, созданная фотографом с его вполне субъективным восприятием окружающей действительности. К этому следует добавить, что зритель, изучающий фотоизображение, в свою очередь конструирует его по-своему. Если изображенные на фотографии люди знали о том, что их фотографируют, то, вероятно, они также пытались воздействовать на ситуацию, изменив ее определенным образом, исходя из контекста. Таким образом, «объективная реальность» выступает не более чем конструкцией фотографа, модели и зрителя. Конечно, многое для оценки визуальных образов зависит и от контекста, в котором находится воспринимаемая зрителем фотография. Это, безусловно, не означает, что визуальная социология невозможна. Речь идет скорее о необходимости выбора иного исследовательского подхода, нежели предложенный фотодокументалистами.

Главные составляющие альтернативного подхода – отказ от научного позитивизма и объективизма, самокритичная переоценка места исследователя во взаимоотношениях с исследуемой социальной средой, повышенный интерес к передающей среде, к ее активности. Исходя из этого, можно говорить о том, что важны не столько иллюстративные или документальные возможности фотографии как фотодокумента, фотография важна сама по себе, как основа для последующего раскрытия социальных смыслов презентуемого социокультурного контекста. Изображение необходимо рассматривать как текст. Поэтому большим значением для визуальной социологии обладают разработки постструктуралистов конца 60х-70х годов (особенно - концепция «смерти автора»).

Работа с визуальной информацией предполагает развитие специального языка и специальной дисциплины для рассмотрения знаков – семиотики. Семиотика занимается анализом того, как те или иные люди наделяют смыслом свой знаковый (symbolic) универсум, как они учатся производить смыслы.

Общество наделяет любой, в том числе и визуальный дискурс вторичными — коннотативными — значениями, зачастую не осознаваемыми ни отправителем, ни получателем сообщения. Будущее, как считает французский семиолог Р. Барт, — за коннотативными семиотиками³. Если раньше в языковом дискурсе рассматривались только денотативные означаемые, сознательно продуцируемые в целях коммуникации, то сегодня мы являемся свидетелями создания глобальной семиологии: науки о значениях, сознательно и бессознательно вторгающихся в дискурс (коннотации), а также о значениях, которыми человек наделяет все феномены и вещи мира.

Осуществление деконструкции образа-икона (иконического сообщения в терминологии У.Эко⁴) сложная в научно-теоретическом и практическом отношении задача. Однако, ее реализация отнюдь не достаточна для глубокого понимания общественных процессов. Внимание исследователя-социолога должно быть направлено и на особые общественные практики конструирования и восприятия образов. А для этого необходимы широкий теоретический кругозор в области социологии, развитое социологическое мышление. Визуальная социология — инструмент познания виртуализирующегося общества со своими особыми виртуальными институтами, сконструированных из образов. Эти институты — эфемерные и часто неуловимые — могут быть, тем не менее, эффективно изучены через внешние фиксируемые признаки, при помощи визуальных символов, которые являются их неотъемлемой частью. В этом основная задача визуальной социологии.

Советская интеллигенция в фотографии

Визуальный образ советского интеллигента на сегодняшний день остается малоизученным, несмотря на значительное влияние, которое он до

³ Барт Р. Риторика образа // Барт Р. Избранные работы. Семиотика. Поэтика. М., 1994.

⁴ Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. СПб., 2004.

сих пор оказывает на конструирование идентичности представителей российской интеллигенции.

Эти идеологически выстроенные образы были способны влиять на самые глубокие уровни общественного сознания, конструируя необходимый способ мышления, чувствования и соответствующую модель поведения.

Отправной точкой для настоящего анализа можно считать работу Ролана Барта «Camera Lucida», где он описывает два модуса прочтения фотографий – *studium*, то есть отношение к фотографии как некоторому политическому и историческому свидетельству (фотография как культурная идентификация), и *punctum* – выделение фотографий, имеющих некие чувственные точки, вызывающие удивление.⁵

Для исследования образа интеллигенции в советских СМИ мы обратились к художественным альбомам «Фото», в которых публиковались все наиболее сильные работы, ранее размещенные в советских периодических изданиях, книгах. Все эти работы являются, по предложенной Р. Бартом терминологии, «*punctum*» уже в силу их публикации в престижных (и идеологически выверенных) сборниках лучших советских фотографий.

Для исследования были отобраны фотографии, относящиеся к 1950м-1980м годам. На всех этих фотографиях изображены представители интеллигенции. Иногда это известные люди – деятели науки, искусства, иногда безымянные персонажи. Их отдельные образы выстраиваются в некий единый, собирательный образ.

К формированию подобных образов советские идеологические структуры подходили с особой тщательностью. Если конструкция фотографии есть плод работы художника, модели и зрителя, то акт публикации фотографии в СМИ подразумевает еще более сложный механизм. Здесь важна роль редактора, ставящего изображение в номер, важны ожидания читателей, издателей, партийных чиновников и т.д.

⁵ Барт Р. Camera Lucida. Комментарии к фотографии. М, Ad Marginem, 1997.

Первое, что отличает изучаемые фотографии — это практически полное отсутствие спонтанности: люди на снимках практически всегда позируют. Если в планы фотографа входит добавление элемента непреднамеренности, застигнутости врасплох, чаще всего это достигается при помощи постановочной съемки. Объяснений этому может быть несколько.

Во-первых, технические сложности: аппаратура не слишком высокого качества, затрудняющая съемку, достаточно долгая выдержка, требующая и от фотографа, и от модели настройки (в том числе и психологической).

Во-вторых, отношение к процессу съемки, как к священнодействию — в силу важности и редкости этого события. Публикация фотографии маркировалась в качестве некой жизненной вехи: часто не события фотографировались, а сам факт съемки являлся событием.

Это нетрудно понять: человек дарит другому свой образ, то есть запечатление себя таким, каким он хочет себя видеть. Об этом процессе, обозначаемом в некоторых исследованиях «программированием рецепции в процессе съемки»⁶, очень точно написал Р. Барт (причем, заметим, написал о себе и своих ощущениях): «Так вот, как только я чувствую, что попадаю в объектив, все меняется: я конституирую себя в процессе позирования, я мгновенно фабрикую себе другое тело, заранее превращая себя в образ»⁷.

В процессе съемки человек как бы мгновенно режиссирует снимок. Придавая своей позе, одежде, выражению лица наиболее адекватный (выгодный) вид. Не говоря уже о фотографе, который может все это «поставить»: усадить «должным образом», причесать, заставить улыбнуться или «сделать умное лицо».

В изначальной постановочности этих фотографий во многом кроются их визуальные особенности. На снимках выражение лица «позирующего» внутренне срежиссировано, настроено на получение нужного результата.

⁶ Дашкова Т. Визуальная репрезентация женского тела в советской массовой культуре 30-х годов // Логос № 11/12. 1999. С. 131-155.

⁷ Барт Р. Camera Lucida. Комментарии к фотографии. М., Ad Marginem, 1997. М., 1997. С.21.

Поскольку причиной съемки обычно являлось некое социально/политически значимое событие, то фотограф (особенно газетно-журнальный) еще и объяснял фотографируемому «сверхзадачу» съемки, добиваясь от него, таким образом, нужного результата. Неточности выражения лица и небрежности съемки компенсировались обильной ретушью.

По мнению культуролога Т. Дашковой, с изначальной постановочностью и внутренней срежиссированностью фотосъемки связаны предпосылки для формирования визуального канона в советской массовой культуре.⁸ Для канонических построений этого времени характерна оценочность — не только рецепции, но и самоощущения «художника» и «модели». О близких проблемах, но только в отношении кинематографа, писал В. Беньямин. Делая упор на посреднической роли аппаратуры, во многом обуславливающей природу зрелища, исследователь отмечает, что аппаратура, «под руководством оператора [...] постоянно оценивает игру актера. Последовательность оценочных взглядов, созданное монтажером из полученного материала, образует готовый смонтированный фильм»⁹. Оценивающая роль кинокамеры (фотообъектива) передается зрителю, то есть объектив программирует рецепцию. Фотограф моделирует ее в зависимости от своих (в том числе и пропагандистских) установок, обращая внимание зрителя на наиболее типичное, характерное и/или идеологически устойчивое. Как писал В. Беньямин, «возникает новый отбор, отбор перед аппаратурой, и победителями из него выходят кинозвезда и диктатор»¹⁰. То есть, победителями выходят люди, наиболее хорошо понимающие природу зрелища и использующие ее в своих интересах.

В своей статье «Власть как зрелище власти» М. Ямпольский пишет: «Один из существенных аспектов функционирования власти — патологическое стремление к самоэкспонированию, выставлению себя

⁸ Дашкова Т. Визуальная репрезентация женского тела в советской массовой культуре 30-х годов // Логос № 11/12. 1999. С. 131-155.

⁹ Беньямин В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости: Избр. эссе. М., 1996. С. 36-37.

¹⁰ Беньямин В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости: Избр. эссе. М., 1996. С. 42.

напоказ, к превращению себя в перманентное зрелище»¹¹. Он цитирует французского исследователя Луи Марена, который отмечает, что изображение представителя власти не предполагает динамики, «он вынужден сохранять абсолютную статуарность. Движение — это действие — переход от одного состояния к другому, нечто не согласующееся с абсолютной репрезентативностью»¹². Эта «абсолютная репрезентативность» подразумевает предельную степень срежиссированности рецепции, следствием которой является «застывание» репрезентируемого образа. Репрезентация легитимирует доминирующую в культуре идеологию, формы субординации и тем самым оказывается политической в самой своем основании.

Доминирующим образом, представленным на рассматриваемых фотографиях, является образ «человек–в–работе», то есть, большинство фотографий репрезентируют представителей интеллигенции, вовлеченных в трудовой процесс. Необходимо отметить, что существуют несколько способов подачи этого образа.

Во-первых, в отдельных случаях на фотографии некий обозначающий профессию инструмент воспринимается как продолжение телесности. Иными словами, изображается не «человек у станка», а «человек-станок». Человеческое тело неотделимо от «механизма», оно без него неполно и незначимо. Это, «кентаврический объект», единый телесный комплекс, неделимый и непроницаемый (то есть фотография не позволяет зрителю «проникнуть» далее одежды и устройства («станка»)).¹³ Снимается трудовой процесс, а не конкретный человек. Фотограф видит механизм, человек лишь обслуживает его – отсюда дальние планы, снимки со спины и т.д. Название таких снимков чаще всего ограничивается обозначением профессии: «врач», «учитель», «физик».

¹¹ Ямпольский М. Власть как зрелище власти // Киносценарии. № 5. 1989. С. 176.

¹² Цит. по: Ямпольский М. Власть как зрелище власти // Киносценарии. № 5. 1989. С. 179.

¹³ См. Вайль П., Геннис А. 60-е: мир советского человека. М., 2001.

Однако на большей части анализируемых фотографий эта слитность тела и «механизма», распадается, человек начинает доминировать над «механизмом», как бы возвышается над ним. Снимается уже не сам трудовой процесс как таковой, а акцентируется участие в нем конкретного человека. Отсюда фокусирование на лицах и доминирование именно лиц в пространстве фотографий.

Ряд исследователей отмечают, что для советской культуры была характерна демонстрация неизменного энтузиазма и жизнелюбия. Так, В. Паперный пишет, что советскую культуру переполняла «здоровая радость, физиологическая бодрость»¹⁴. Об этом же говорят П. Вайль и А. Геннис: «плакаты, заголовки газет, радиопесни, призывы с трибун – все напоминало человеку: жизнь прекрасна! А прекрасна она, прежде всего потому, что будет еще прекрасней»¹⁵. Но на фотографиях представителей советской интеллигенции это мы наблюдаем крайне редко. Лица на них практически всегда серьезны, сосредоточенны. Вероятно, это было призвано подчеркнуть особое положение интеллигенции, ее ответственность за происходящее в обществе, за достижения государства. Советская идеологическая система включала в состав интеллигенции не только тех, кого мы сегодня, с подачи Т. Парсонса, называем «профессионалы», но и представителей государственного управления, партийных чиновников, и пр. Образ сверхответственного, заботливого человека как бы распространялся и на тех, кто действительно был представителем интеллигенции в нашем понимании этого слова. Образ советского интеллигента, пожалуй, можно охарактеризовать как подчеркнуто официальный. Строгая одежда, строгие лица, строгие интерьеры, величественность и в то же время – холодность. В большинстве случаев лица исполнены внутреннего напряжения, частью образа становились одухотворенность, демонстрация напряженной внутренней работы. Символическое полностью подавляет телесное. Чаше

¹⁴ Цит. по Усманова А.Р. Визуальная история в свете гендерной истории // Гендерные истории Восточной Европы. Минск, 2001.

¹⁵ Вайль П., Геннис А. 60-е: мир советского человека. М., 2001.

всего для достижения такого эффекта изображаются предельно знаковые персонажи в предельно знаковых ситуациях, не допускающих толкования: форма растворена в содержании и мы видим только некую «риторическую фигуру», а не телесный образ.

Особо обращает на себя внимание отсутствие фотографий частного, семейного пространства. Вероятно, это можно объяснить тем, что подобная репрезентация в полноценном виде неизбежно должна была включить в себя элементы «чуждого» советскому интеллигенту «мещанского быта».

Как это не парадоксально, имидж интеллигента, создаваемый советскими СМИ, можно назвать элитарным, что подчеркивается особой напряженностью, целеустремленностью, погруженностью в профессию, отстраненностью от окружающего материального мира. В конечном итоге образ ответственных, получивших особую сложную профессиональную подготовку людей позволяют представителям интеллигенции получить высокий социальный статус, уважение в советском обществе.

Визуальная репрезентация современной интеллигенции

Основным источником материала для исследования репрезентации современной интеллигенции в СМИ послужили деловые журналы («Эксперт», «Карьера», «Профиль» и др.). Отбирая фотографии для анализа, мы руководствовались парсоновским определением профессионала. Такой подход позволяет обосновать каждый отобранный случай, но при этом серьезно ограничивает группу людей, на которую направлен фокус исследования. Поэтому остаются возможности дальнейшего серьезного расширения данной части работы с привлечением изданий другой направленности.

Очевидно, что массовые издания не только репрезентируют, но и конструируют социальную реальность, являясь проводником определенной идеологии. На страницы таких журналов попадают люди, чья карьера

признается успешной, и которые могли бы заинтересовать потенциальную аудиторию издания. Присутствие этой части интеллигенции благоприятно влияет на имидж и продажи журналов.

Журналы, в том числе и рассматриваемые нами деловые издания, можно причислить к «идеологическим аппаратам» Луи Альтюссера, посредством которых господствующая идеология осуществляет идентификацию субъекта.¹⁶ Конструирование субъекта осуществляется через создание легитимного образа (идеологического конструкта). Важную роль при этом играют и визуальные средства (кинематограф, плакаты, журналы и др.). Вера в ценности, идеалы, нормы распространяется по каналам СМИ и оседает в сознании членов общества.

Репрезентацию в СМИ можно рассматривать как позиционирование объекта, события, человека, документа под углом определенных интересов – политических, экономических, эстетических. В нашем случае позиционирование это создание мифа, образа применительно к представителям интеллигенции. Благодаря созданному образу, интеллигенция будет соответственно восприниматься обществом. Созданный имидж закрепляется в массовом сознании как стереотип. «Важно подчеркнуть, - пишет Елена Петровская, - стереотипы эти – не просто навязанные нам извне модели поведения, социально сконструированные образы тела и/или «души», ролевые предписания. Эти клише формируют саму нашу чувственность, это наш способ реагировать на мир. Более того, циркуляция этих мифологем, принимающих в основном визуальный характер (достаточно обратиться к особенностям функционирования СМИ), позволяет говорить о всеохватности и «неразборчивости» самого их потребления»¹⁷.

Образы представителей современной интеллигенции в российских СМИ отличаются бóльшим разнообразием по сравнению с советским периодом. Однако же общее впечатление от образов вовсе не усиливается, а

¹⁶ Althusser L. *Essays on Ideology*. N.Y. Verso, 1993.

¹⁷ Петровская Е. *Антифотография*. М.: «Три квадрата». 2003. С. 15.

как бы расплывается в очертаниях. Это отражает общие процессы, происходящие с интеллектуальным слоем в стране. Элементы образа советской интеллигенции, рассмотренного нами в предыдущем параграфе, еще присутствуют на публикуемых фотографиях. Однако появляются и все более укрепляются новые черты имиджа, которые становятся со временем наиболее распространенными, доминирующими. На этих новых элементах, основных трендах развития имиджа мы и сконцентрируем внимание.

По-прежнему одним из ведущих элементов образа представителей интеллигенции выступает профессионализм. Но теперь этот профессионализм не конкретный (как причастность к определенной профессии), а опосредованный (определяемый через некие общие индикаторы: образованность, целеустремленность, финансовая независимость и успешность).

Через перенесение места съемки с места работы в дом создается эффект проникновения в личную, интимную зону, ранее полностью закрытую. Как заметил Э. Гидденс, «интимность как оборотная сторона постепенной «приватизации жизни» по мере развития современных обществ обладает не только негативной ценностью (как компенсация растущей обезличенности мира), но и позитивной (как предпосылка и составляющий элемент рефлексивного конструирования «Я»».¹⁸ К области дома возникает интерес, мир приватного становится предметом всеобщего обозрения, он распахнут для окружающих.

Происходит смещение внимания, его перенесение с субъекта на объект (объекты): предметы домашней и офисной среды, одежду и пр. Потребление, согласно некоторым западным исследователям, становится, прежде всего, систематическим актом манипуляции знаками.¹⁹ Через потребление, через использование предметов (таких как одежда, обувь, книги, автомобили и пр.), происходит конструирование идентичности.

¹⁸ Гидденс Э. Модерн и самоидентичность. // Современная теоретическая социология: Энтони Гидденс: Реф. сб. М.: ИНИОН РАН, 1995. С. 104.

¹⁹ Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. М.: Добросвет. 2000.

Произошел переход от потребления продуктов к потреблению символов, продуктов-символов. По мнению Ж. Бодрийяра, объекты потребления составляют систему знаков, дифференцирующих общество. Для наблюдателей чужое потребление – это создание текста, который ими читается. Структура социального пространства объективируется в знаках, в качестве которых выступает уровень жизни, объем осуществляемой власти и т.д. Наблюдателями в нашем случае выступают читатели журналов. Анализируя знаки на фотографиях представителей интеллигенции, они в той или иной мере определяют социальное положение и стремления человека или группы. И изображенные на снимках также в той или иной мере осознают, что их «читают», и строят свое поведение с учетом возможного прочтения и его последствий. Таким образом, потребление выполняет функцию общения.

Дуалистическое противопоставление «тела» и «духа» и требование безусловного подчинения первого второму является одной из характеристик «идеального типа» российской дореволюционной интеллигенции. Советская власть сохранила это символическое разделение. Проанализировав содержание опубликованных фотоснимков представителей современной интеллигенции, можно констатировать, что происходит обретение интеллигенцией «телесности», «материальности». Порой на фотографиях предметам интерьера и одежды отводится больше места, чем человеку. Вещи рассказывают о человеке, его пристрастиях, увлечениях, складе его характера.

Присутствующие на советских фотографиях интеллигенции предметы в большинстве случаев подчеркивают профессиональную принадлежность персонажа, изображенного на снимке. Современные изображения характеризуются скорее наличием набора значимых для героя фотографии символов. Эти символы не всегда напрямую связаны с профессиональной деятельностью. Можно выявить разные типы потребления внутри интеллигенции, определяющие разнородность группы. Однако же эта задача

требует отдельного исследования, и не будет решаться в рамках настоящей работы.

Своего рода знаком принадлежности к интеллигенции становится некая броскость в одежде и поведении: либо демонстративно неряшливая, показывающая отвлеченность от земной суеты, возвышенность над меркантильными проблемами, либо наоборот – выдающая лоск и экстравагантность их владельца. К примеру, изображенный на фотографии 46 руководитель консалтинговой фирмы «Никколо-М», Игорь Минтусов предпочел позировать фотографу на фоне беспорядка на собственном рабочем столе, где хаотично нагромождены папки, бумаги, газеты, компьютерные аксессуары. Примечательна и поза героя снимка. На другой фотографии мы видим директора Эрмитажа М.Б. Пиотровского. Этот снимок также весьма показателен. Поза (руки засунуты в карманы брюк), одежда (белый пиджак и шарф), ветка жасмина на переднем плане создают эффект броскости, яркости.

Частью новых образов становится открытость и радушие. Практически на всех фотоизображениях мы видим улыбки. Одно из объяснений этого заключается в том, что публикацию в деловом издании можно рассматривать как саморекламу. Как отмечает А. Левинсон, одним из социально-культурных назначений рекламы является привнесение праздника в человеческую жизнь. Поэтому реклама должна нести в себе положительный заряд, «если поискать подобие этому [рекламному – Д.П.] раю, — пишет А. Левинсон, — то [...] ближайшее найдется, пожалуй, в храме»²⁰.

Необходимо отметить стремление показать свободолобие и свободомыслие через самовыражение, декларация свободы как ценности. Свободу в данном контексте можно понимать достаточно широко – свобода самовыражения, творческая свобода, политическая свобода, сексуальная свобода.

²⁰ Левинсон А. Женщина как цель и как средство в отечественной рекламе // Женщина и визуальные знаки. Сб. ст. Под ред. А. Альчук. М. Идея-Пресс, 2000. С.56.

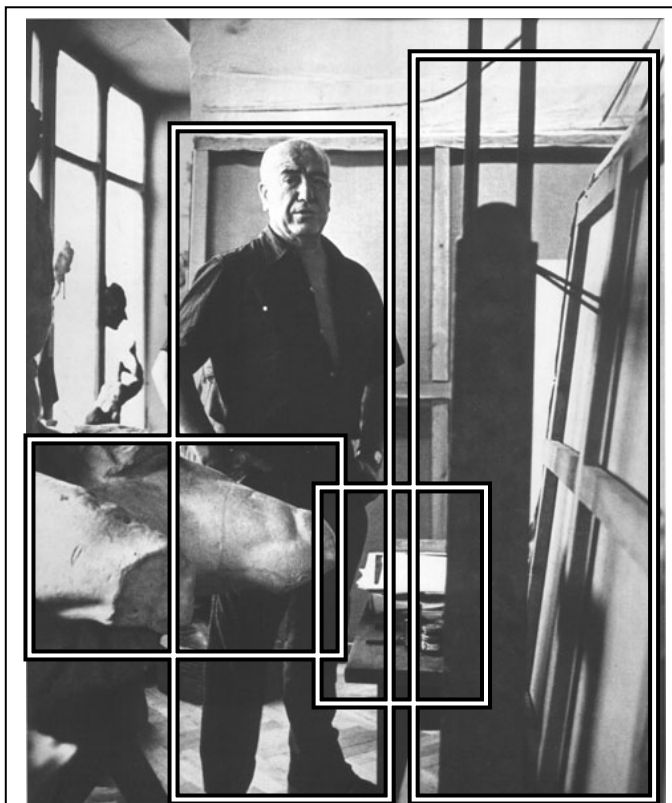
Итак, образы представителей современной интеллигенции в российских СМИ отличаются бóльшим разнообразием по сравнению с советским периодом. Однако же общее впечатление от образов вовсе не усиливается, а как бы расплывается в очертаниях.

По-прежнему одним из ведущих элементов образа представителей интеллигенции выступает профессионализм. Но теперь этот профессионализм определяется через общие индикаторы: образованность, целеустремленность, финансовая независимость и успешность.

Через перенесение места съемки с места работы в дом создается эффект проникновения в личную, интимную зону, ранее полностью закрытую. Мир частного становится предметом всеобщего обозрения, он распахан для окружающих. Важнейшим способом конструирования идентичности становится потребление.

Фотографии советского периода

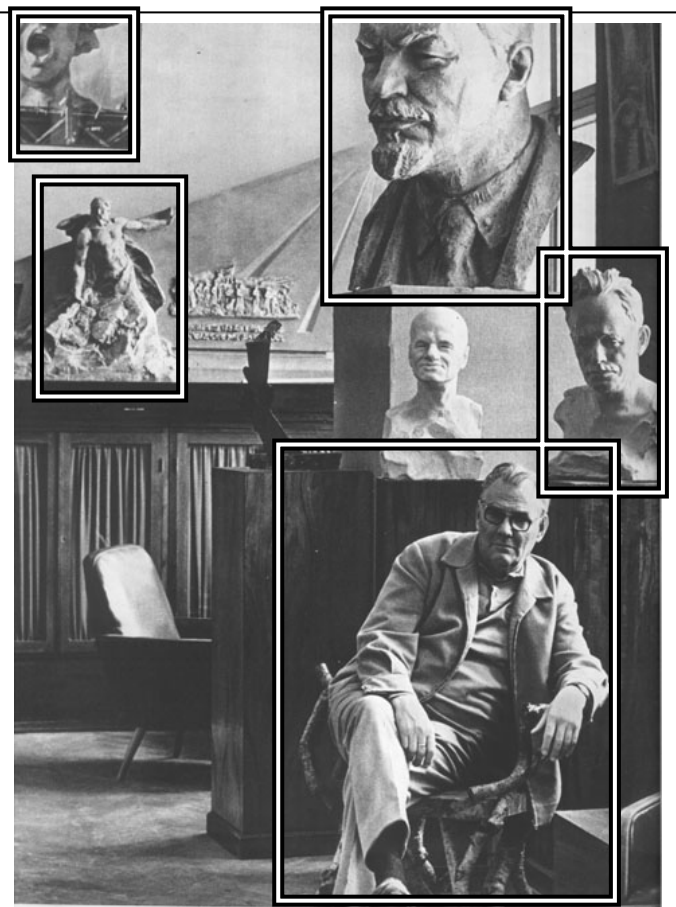
(опубликованы в альбомах «Фото» за 1970е-1980е гг.)



Александр Александрович Дейнека

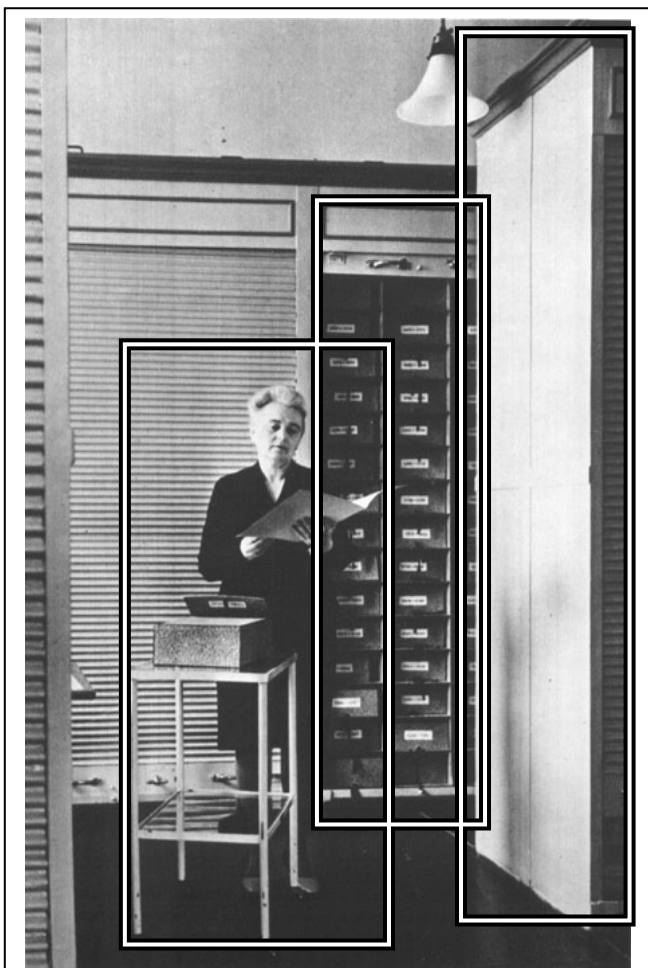
Решительный, волевой образ. В нем словно заключена концентрированная социальная энергия.

Для того чтобы подчеркнуть аскетизм, съемка произведена в мастерской, интерьер абсолютно лишен комфорта. На первом плане – скульптуры, мольберт с установленным полотном, рабочий стол.



Николай Васильевич Томский

Перед нами идеологический снимок. Н.В. Томский – представитель советской номенклатуры. На фотографии можно увидеть целый ряд советских символов – скульптура Шолохова, модель монумента воину-освободителю, бюст Ленина, плакат на стене... Эти символы заполняют основное пространство фотографии, самому скульптору отведено лишь небольшое место. Лицо главного героя снимка абсолютно «закрыто», ничего не выражает, оно отведено на второй план.



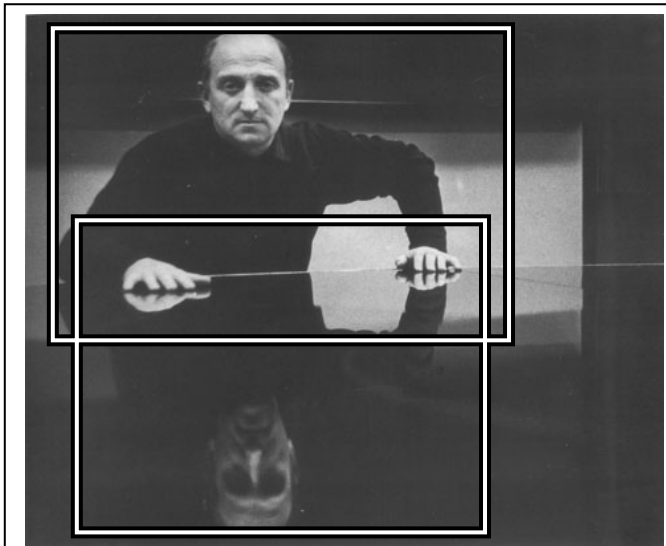
Библиотекарь.

Это типовой образ представителя советской интеллигенции. Женщина средних лет в простом, строгом платье. Задача фотографа – показать профессионала, поэтому выбран данный, подчеркнута деловой, интерьер: каталог на заднем плане, стеллажи, папка в руках женщины. Нет ничего личного, только работа.



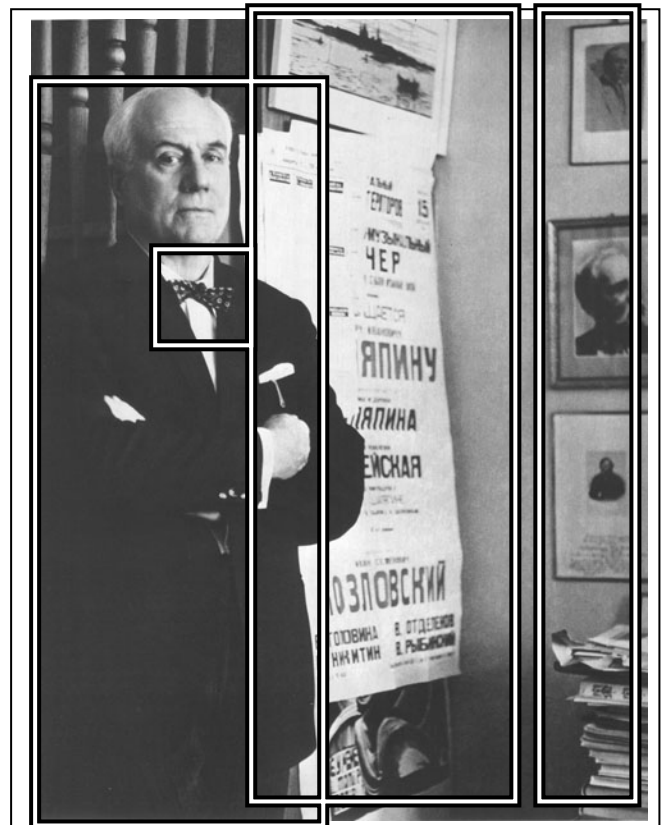
Михаил Васильевич Исаковский

Известный поэт-песенник, автор строк: «Спасибо вам, товарищ Сталин, что вы живете на Земле». По всей видимости, фотография сделана в рабочем кабинете. Строгость и полная «закрытость» образа. На М.В. Исаковском надет костюм и консервативный галстук. К лацкану пиджака прикреплен значок депутата Верховного Совета. Образ выражает сосредоточенность и полную погруженность в работу.



Академик Будкер.

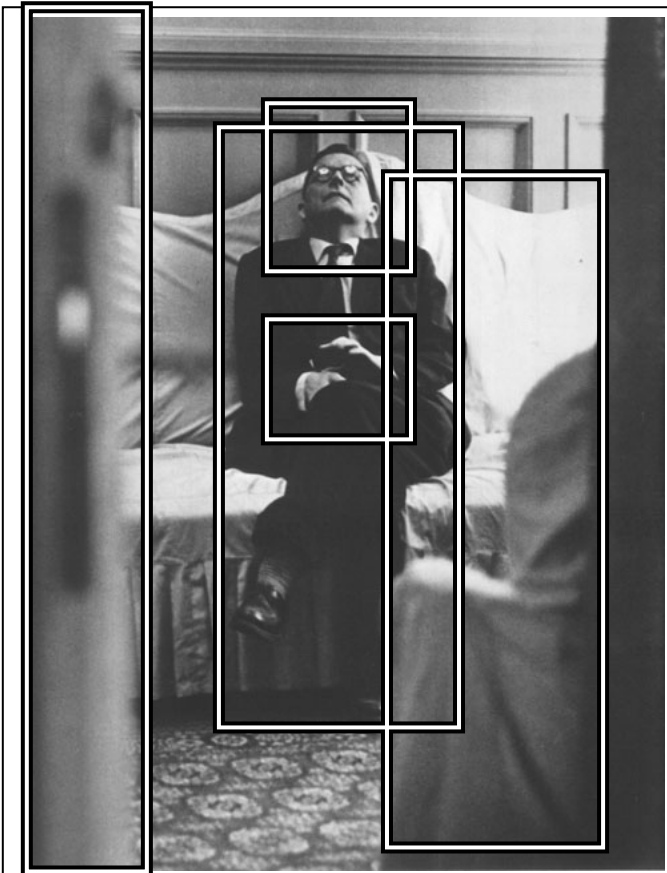
В позе героя этой фотографии читается готовность к прыжку. Это один из самых важных символов советского периода. Здесь как бы подчеркивается готовность преодолеть любые трудности, добиться невозможного, это вера в прогресс, вера в науку. Символ послевоенного поколения, воспитанного на волне социального оптимизма.



Иван Семенович Козловский.

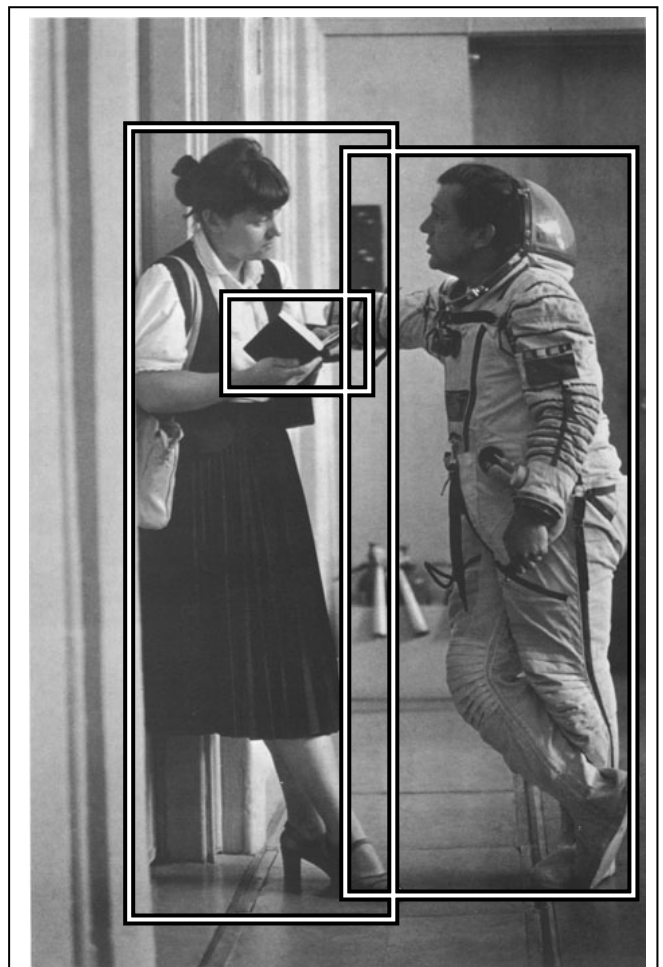
Интерьер оформлен при помощи рисунков и афиш. На одной из них надпись: «Музыкальный вечер, посвященный Шаляпину». Галстук «бабочка» - еще один признак сценического артистизма, принадлежности к определенному кругу. В нижнем правом углу – сложенные стопкой книги.

Известно, что И.С. Козловский был глубоко религиозным человеком, пел в церковных хорах. В то же время в советском обществе он пользовался огромной популярностью, был любимцем Сталина.



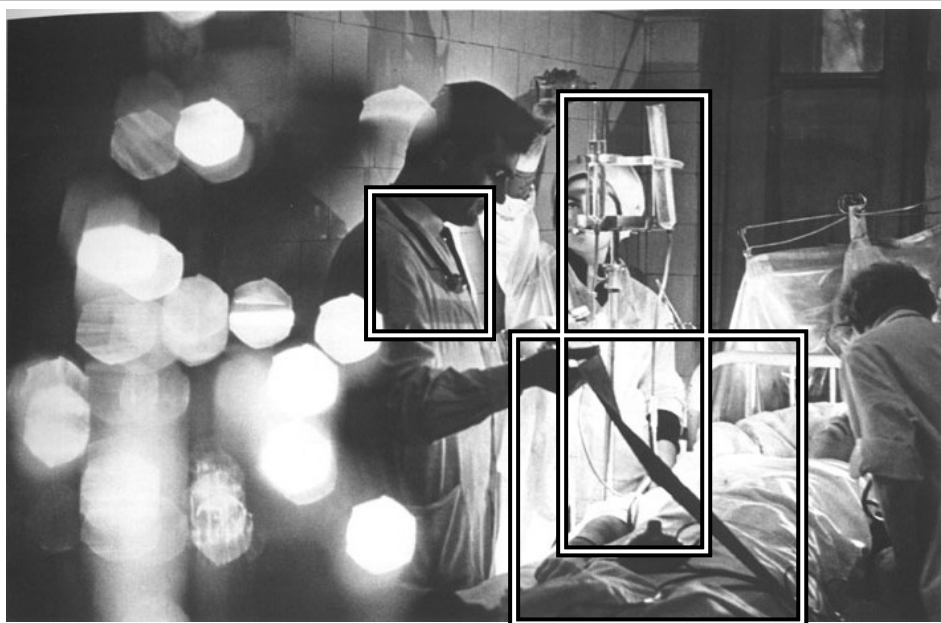
Дмитрий Дмитриевич Шостакович.

Одухотворенность, На лице отражается внутреннее напряжение. Рука словно дирижирует оркестром. Создан эффект подсматривания через дверь. Строгий костюм и интерьер.



Космонавты.

Эта фотография – своеобразная зарисовка повседневности. Космонавт «забыл» снять скафандр. Деловой характер разговора подчеркивает записная книжка в руках у С.Е. Савицкой, серьезное выражение на лицах. Идеологический образ советской женщины, которая наравне с мужчинами способна решать самые сложные и ответственные задачи на земле и в космосе.



Врач.

Лица людей прорисованы не четко. Фотографу здесь важна ситуация в целом. Пациент и врач. Капельница, в центре композиции, лента кардиограммы в руках врача, стетоскоп у него на шее – символы профессии. Уверенные, четкие действия медиков призваны подчеркнуть эффективность и качество советской медицины «для народа».

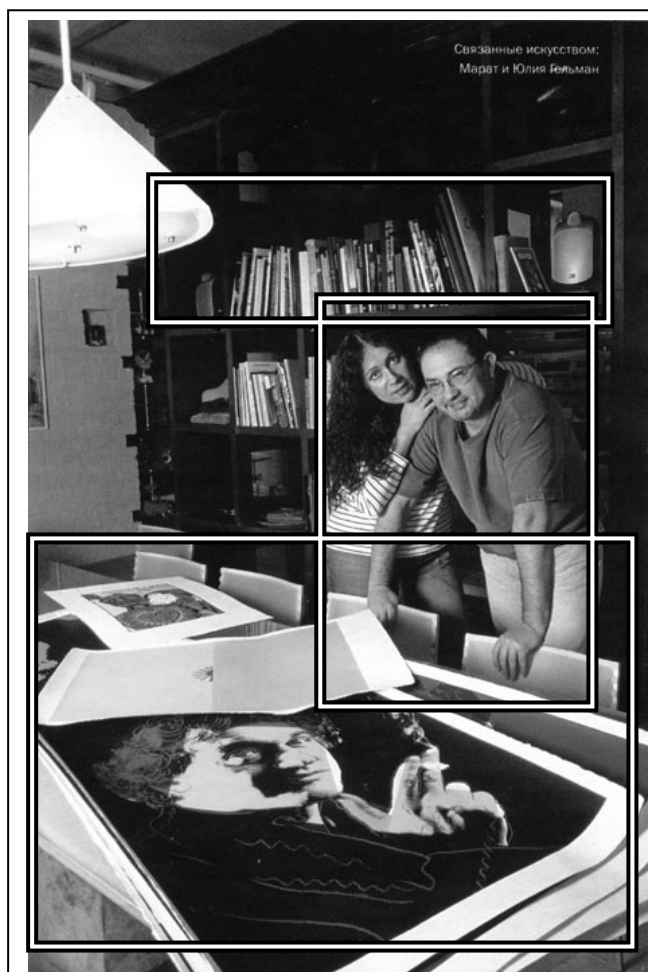
Фотографии постсоветского периода



Галина Белая (журнал «Профиль»)

Это фотография – своего рода промежуточное звено между «советским» и «постсоветским» способом подачи образов, транзит, обозначенная траектория имиджей.

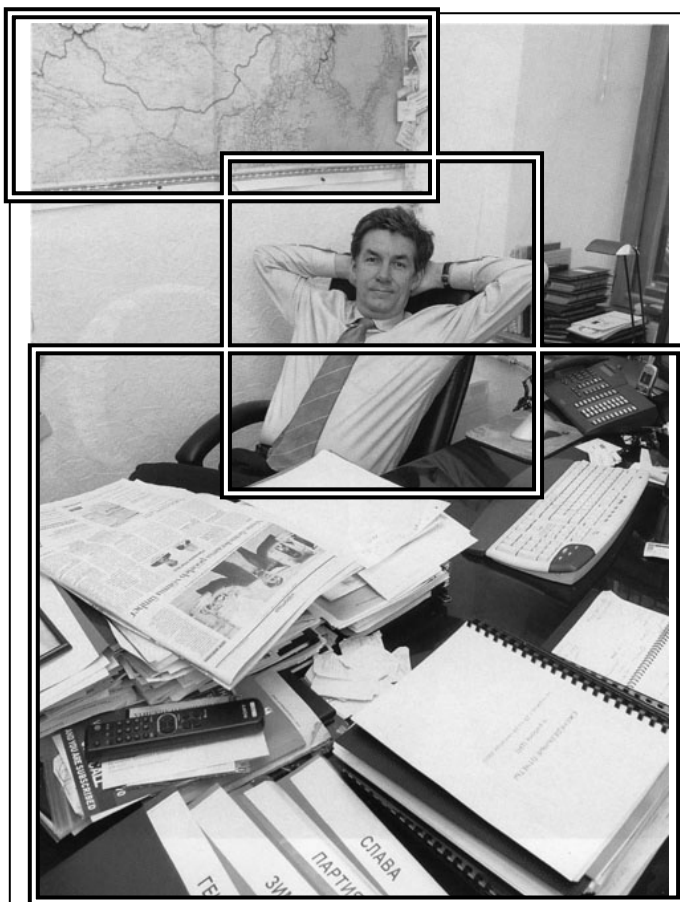
Жанр этой фотографии можно назвать советской юбилейной съемкой. Мы видим «хрущевскую» мебель, ковровую дорожку. В то же время место съемки – квартира Г.В. Белой, а не место работы. В образе подчеркивается женственность, что не типично для советских фотографий.



Марат Гельман (журнал «Профиль»)

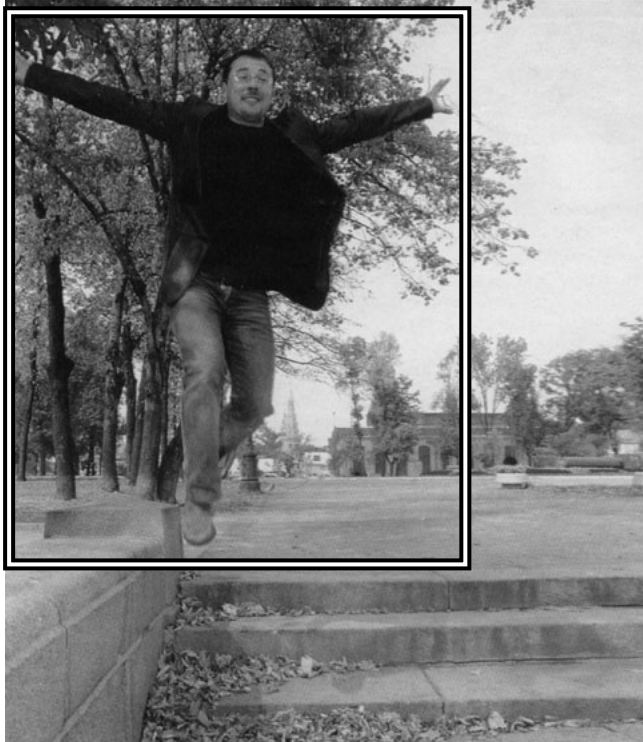
Известный политтехнолог, галерейщик. Рядом с ним – супруга, профессиональный архитектор и дизайнер.

Рабочая книжная полка, стол с разложенными картинами: домашний интерьер переходит в интерьер рабочий. Размывается граница между работой и домом, частное становится публичным. Это подчеркивается позой и одеждой присутствующих на снимке.



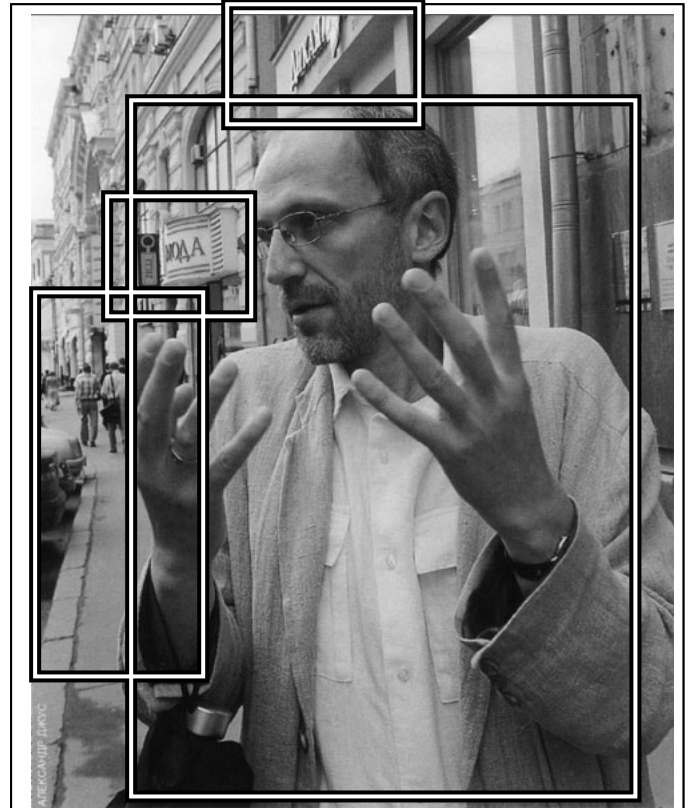
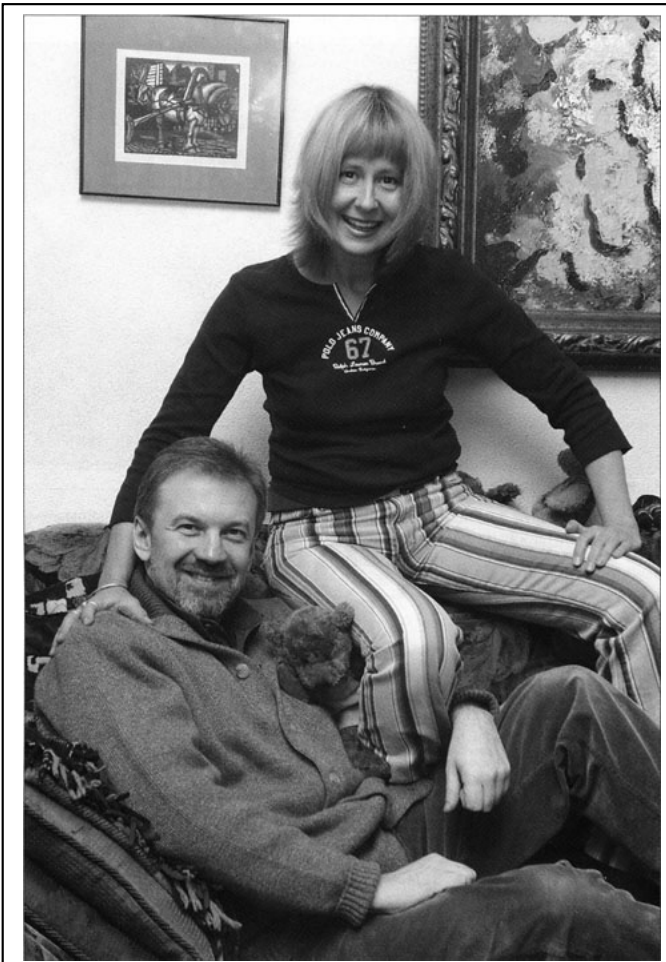
Игорь Минтусов (журнал «Карьера»)

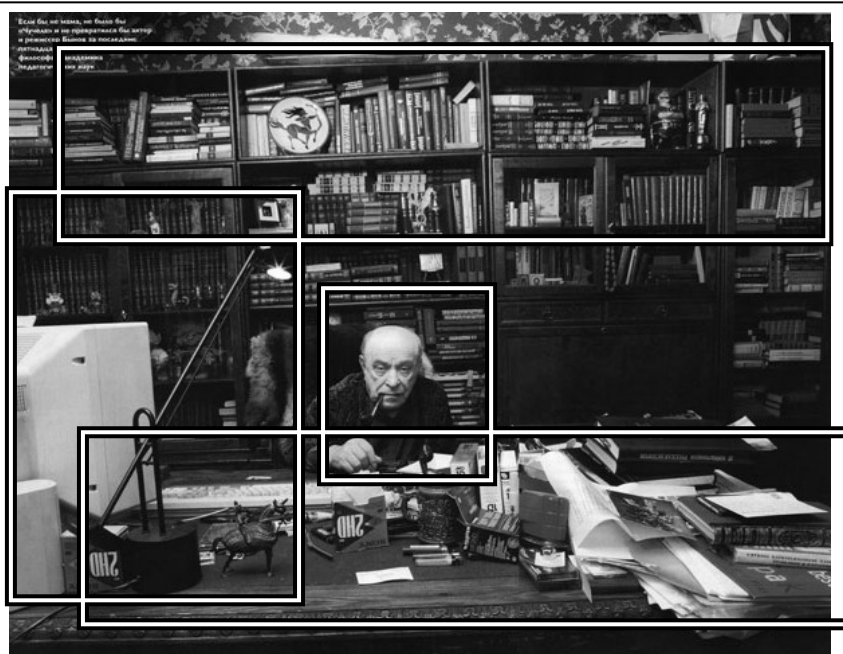
Офис. Новое понятие: не кабинет, а офис, где делают деньги. Клавиатура, телефон, пульт управления телевизором, карта России, заваленный бумагами стол свидетельствуют о том, что офис рабочий, не представительский. Одежда и расслабленная поза – демонстрация неформальной обстановки, демократичности и, в то же время, ощущения комфорта, довольства жизнью, карьерой, успехом.



Вячеслав Лейбман (журнал «Профиль»)

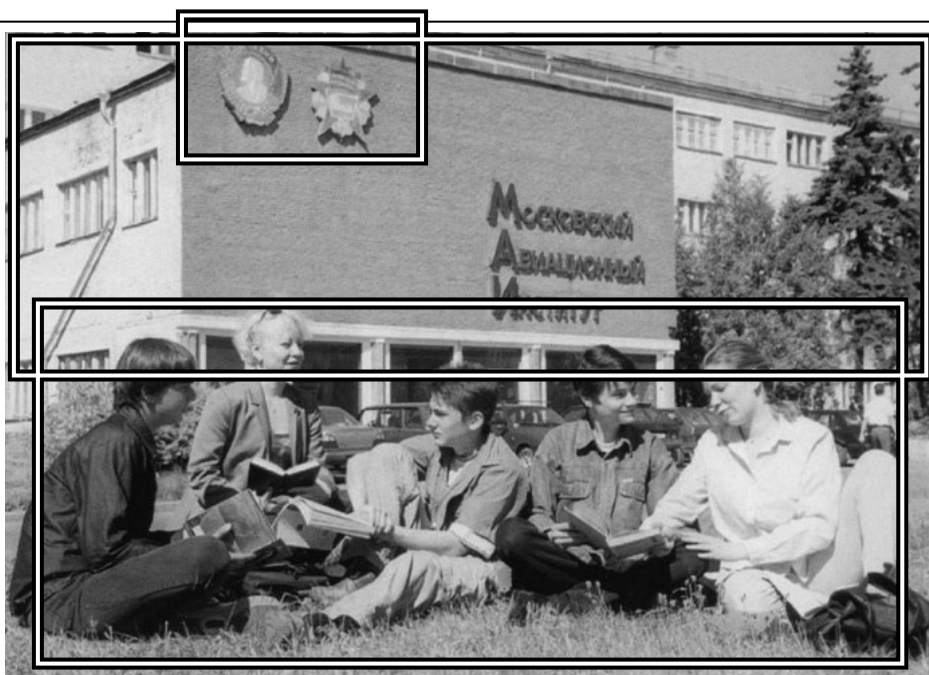
Полет – ощущение свободы, независимости. Это попытка продемонстрировать открытость всех путей. Легкость.





Ролан Быков (журнал «Караван историй»)

Основное внимание фотографа было сконцентрировано не столько на фигуре Р.Быкова (которую и не видно с первого взгляда), а на вещах в домашнем кабинете артиста. Это материализованный мир интеллектуальной энергии. Компьютер и лампа с hi-tech дизайном вторгаются в мир книг.



Студенты (журнал «Экономика России XXI век»)

Эклектика постсоветского времени. Архитектура, ордена на здании МАИ – реминисценция советского. Эти символы не имеют отношения к молодежи, которая повернулась спиной к ним. Студенты интересны друг другу, они находятся в своей тусовке.