

ПОТРЕБЛЕНИЕ В ИСКУССТВЕ
И МЕДИА

ПРОИЗВОДСТВО И ПОТРЕБЛЕНИЕ ИЗОБРАЖЕНИЙ
В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ

М. А. Ерофеева, А. А. Фёдоров

В статье представлен анализ трансформации повседневных практик производства и потребления любительских фотографий в начале XXI века. Ее причиной, по мнению авторов, является переход к использованию цифровых камер и активное развитие нового подхода к организации интернет-контента Web 2.0, в результате чего основной функцией любительской фотографии становится самопрезентация, направленная на создание образа творчества. В итоге насыщения информационной среды идентичными фотографическими образами появляется критика доминирующего способа обращения с изображениями, а также специфические практики сопротивления. Среди последних в статье рассматривается возврат к технологии пленочной фотографии и появление движения ломографии, которое позднее приобретает цифровую форму.

Ключевые слова: любительская фотография, изображение, образ, потребление, производство, общество потребления, цифровая революция, цифровые технологии, социальные сети, ломография, Instagram

PRODUCTION AND CONSUMPTION OF IMAGES IN DIGITAL EPOCH

M. Erofeeva, A. Fedorov

The article traces the changes in everyday practices of production and consumption of amateur photographs at the beginning of the XXIst century. The authors argue that transformations were caused by a massive shift towards use of digital cameras and by rapid development of Web 2.0. As a result, the number of amateur photographs posted in Internet has dramatically increased. This led to criticism resulted in uprising of specific resistance practices. Among the resistance practices are return to film-type cameras and the lomography movement.

Key words: amateur photo pictures, image, consumption, production, consumer society, digital revolution, digital technology, social networks, lomography, Instagram.

... весь этот избыток принимает...
образ дара, неисчерпаемого и
красочного изобилия праздника...

Жан Бодрийяр «Общество потребления»

По словам теоретика медиа Вилема Флюс-серса, «почти каждый сегодня обладает фотоаппаратом и фотографирует» [11, с. 66]. Данный тезис, как представляется, не требует дополнительных подтверждений, ведь фотоаппарат давно уже стал частью быта большинства людей. Но какой фотоаппарат? По данным исследования рынка цифровых камер в России, проведенного группой

компаний «Связной» в 2013 году, продажи компактных фотоаппаратов, так называемых цифровых «мыльниц», снизились на четверть по сравнению с прошлым годом. Единственной категорией фототехники, которая продемонстрировала рост продаж (на 8,6% в натуральном выражении), были зеркальные камеры. На сайте «Hi-Tech.Mail.Ru» приведен следующий комментарий: «Рост рынка

ПОТРЕБЛЕНИЕ В ИСКУССТВЕ И МЕДИА

в натуральном выражении обусловлен тем, что в стране постоянно увеличивается количество людей, увлекающихся фотографией, которым уже недостаточно мощности обычного фотоаппарата или камеры смартфона»¹.

Любительская фотография возникла как «искусство средней руки» (Пьер Бурдье), главной функцией которой была интеграция семейной группы: в объектив фотоаппарата попадали наиболее значимые события, демонстрирующие единение семьи (праздники, отпуск) или изменения, происходящие внутри нее (рождение ребенка, свадьба, смерть) [13]. Для реализации этой функции вполне достаточно той технологической мощности, которую предоставляют потребителям простые и компактные цифровые фотоаппараты, пришедшие на смену пленочным «мыльницам». Однако возросшие требования к структурной сложности фотокамеры и качеству получаемых снимков могут свидетельствовать о смещении в практиках любительской фотографии.

Исходное положение нашей аргументации следующее. Современный способ производства и потребления фотографий отличается от своей классической версии. Почему растет интерес к фотографии? Почему фотографы-любители отдают предпочтение полупрофессиональным камерам? Какие дискурсы доминируют в сфере описания фотографической практики? Нас интересует, как меняется способ обращения с фотографическими изображениями в повседневной жизни обычных людей. Чтобы дать ответ на поставленные вопросы, необходимо ретроспективно проанализировать условия производства и потребления фотографий в постсоветской России в начале XXI века, когда цифровые фотокамеры заменяют собой пленочные. Вниманию читателей предлагается размышление на тему современного состояния фотографии, основанное на собственных наблюдениях и опыта авторов.

Цифровая революция

В 2009 году в русскоязычном сегменте Интернета появилась картинка, изображающая огром-

ный охваченный пожаром завод в клубах густого дыма. Под картинкой было написано: «не выдержав нагрузки, сломался завод по сжиганию фотографов» (рис. 1). Картина иллюстрировала ситуацию насыщения информационного пространства интернета идентичными фотографиями, создаваемыми растущим числом фотографов-любителей.

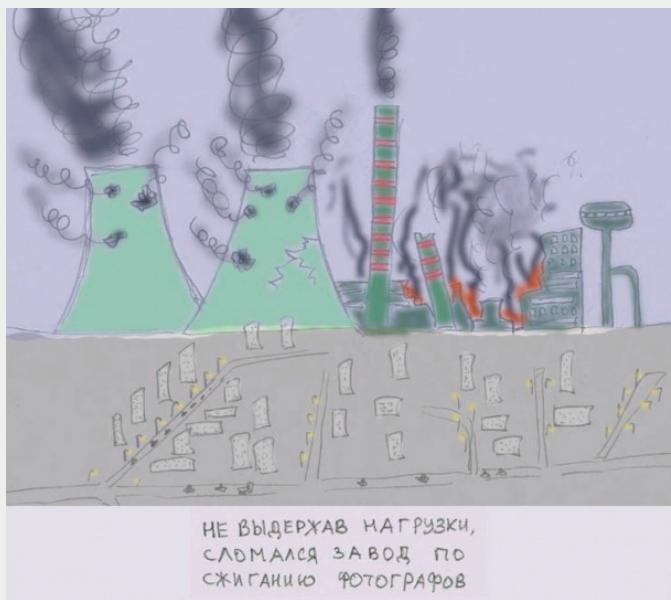


Рис. 1. Автор картинки – пользователь «Живого Журнала» Аингер.

Источник: http://lurkmore.to/Завод_по_сжиганию_фотографов (дата обращения: 15.02.2014).

Причиной ее появления стала «цифровая революция», стремительно начавшаяся в нулевых годах во всем мире. Под «цифровой революцией» мы понимаем массовый переход к использованию цифровых технологий во всех сферах жизни, вызывающий качественные изменения в практиках людей и логике функционирования институтов. Революционность этих изменений обусловлена тем, что массовое потребление какого-либо продукта, в данном случае технологии, неизбежно ведет к насыщению рынка и последующему ослаблению ее дифференцирующей функции. В этом смысле история развития капитализма может быть представлена как серия революций, начиная от промышленной [см., напр., 6].

В начале XXI века развитие информационных технологий наконец добралось до фотограф-

ПОТРЕБЛЕНИЕ В ИСКУССТВЕ
И МЕДИА

фии. Цифровые фотоаппараты появились еще в XX веке, но тогда они были скорее дорогими игрушками и индикатором прогресса, подобно самым ранним камерам XIX века. «Эпоха, когда для съемки требовались громоздкие и дорогие устройства — игрушки искушенных, богатых и одержимых, кажется очень далекой от нынешнего века удобных карманных камер, позволяющих делать снимки любому» [9, с. 18; курсив наш. — М.Е., А.Ф.]. О революции можно говорить только тогда, когда практики использования цифровых технологий становятся повсеместными. Г. Н. Козяр и В. В. Нуркова называют переломным моментом 2003 год, после которого во всем мире наблюдается резкий рост продаж цифровых фотоаппаратов на фоне столь же резкого падения продаж пленочных. Как указывают авторы, переход к «цифре» был вызван преимуществами цифровых камер для повседневной съемки, в частности возможностью сразу оценить результат и при необходимости переснять неудавшийся кадр [7, с. 17]. Несмотря на очевидные преимущества, использование цифровых технологий в фотографии не становится повсеместным до названного года, т.к. розничная цена цифрового фотоаппарата, позволяющего делать качественные снимки, была все еще достаточно высока для любителя.

В первой половине нулевых существовали достаточно совершенные компактные цифровые фотоаппараты, возможности которых значительно превышали потребности рядового фотолюбителя. Однако настоящей победой цифровой революции можно считать фотокамеру EOS 300D, выпущенную японской корпорацией Canon в 2003 году (ее официальным названием в США стало «digital rebel», т.е. цифровой мятежник). Главной особенностью этого любительского цифрового зеркального фотоаппарата стала цена менее 1000 долларов США (в ценах 2003 года)², что было ниже барьера, который, по мнению некоторых аналитиков, делает камеру доступной широкому кругу потребителей. Именно с появлением этой камеры началось переосмысление способа потребления фотографических изображений.

Помимо цены, переход на полупрофесси-

ональные цифровые камеры обусловлен разными причинами у различных групп любителей. С одной стороны, технически они предоставляют больше возможностей для создания качественного изображения. Это сделало их популярными среди тех любителей, которые действительно увлекаются фотоделом и пытаются совершенствоватьсь в рамках избранной ими области. С другой стороны, зеркальные камеры становятся прекрасным инструментом для создания *образа* профессионала, делающего легитимными эстетические суждения. В результате они приобретают популярность также и среди обширной массы людей, которые не столько увлечены фотографией, сколько притягиваются к творческий способ видения. Далее в статье речь пойдет именно о последней группе фотолюбителей.

Традиционно фотоаппарат использовался в определенных случаях таких, как отпуск, свадьба, выпускной, других важных событиях в жизни семьи или человека. Сюжетом для любительской фотографии служили так называемые обряды перехода, маркирующие изменение социального статуса члена группы: рождение, социализация, создание семьи, переход из модуса работы в модус отдыха, переход из старого года в новый, смерть [5, с. 46 – 120]. В результате цифровой революции репертуар фотографируемого существенно расширяется. Книга Ольги Бойцовой «Любительские фото» анализирует конец XX – начало XXI века, в силу чего в фокусе ее внимания оказывается преимущественно традиционная функция повседневной фотографии. Лишь под занавес автор предполагает, что «баланс функций любительской фотографии сейчас качнулся в сторону групповых и индивидуальных самопрезентаций» [5, с. 245]. Как следствие цифровой революции, доступные цифровые зеркальные камеры, дешевый широкополосный доступ в Интернет и зарождающиеся социальные сети существенно увеличили число создаваемых изображений.

Социальные сети и потребление образов

Вальтер Беньямин замечает начавшееся в

ПОТРЕБЛЕНИЕ В ИСКУССТВЕ И МЕДИА

литературе с конца XIX века увеличение числа авторов среди читателей [2, с. 93 – 94]. Еще через сто лет эта тенденция в соответствии с совершенствованием технологий воспроизведения образов закрепляется в новом подходе к организации интернет-контента, получившего название Web 2.0. Описанная в 2005 году Тимом О’Рейли парадигма развития Интернета становится реальностью. Если в конце XX века основную массу контента создавали владельцы сайтов, то в начале века XXI владельцы многих сайтов только предоставляют площадку, информацию на которой размещают пользователи [8]. Теперь, когда труд по производству образа становится эквивалентен щелчку фотоаппарата, работа по его воспроизведению становится равноценна клику «мышки».

В то же время уже не только производство, но также и воспроизведение зачисляет человека в ряды авторов. Происходит это благодаря социальным медиа (обобщенное название интернет-площадок на основе Web 2.0: блоги, форумы, социальные сети и др.). Социальные медиа предоставляют своим участникам широкие возможности для самопрезентации. Исключительная роль в этом процессе принадлежит социальным сетям, поскольку они предполагают наличие у пользователя развернутого личного профиля. С одной стороны, члены сети представляют себя через свои интересы, науки, предпочтения. С другой стороны, виртуальный персонаж предстает в форме биографического нарратива: в текстах, фотографиях, аудио- и видеозаписях отпечатываются события жизни того или иного человека. «Перепостить» чужую запись значит внести вклад в тот или иной тип творческого самоописания. В эпоху Web 2.0 граница между производством и потреблением образов стирается, они сливаются в едином акте.

Симптоматично, что расцвет социальных сетей также принято связывать с 2003 – 2004 годами, когда были запущены LinkedIn, MySpace и Facebook (хотя первая социальная сеть появилась уже в 1995 году)⁴. С 2006 года с фантастической скоростью развивается крупнейшая на сегодняшний день в России социальная сеть «ВКонтакте»⁵. Лицом пользователя в Интернете, или, если быть

предельно точными, в социальной сети, становятся его фотографии. В классическом консюмеризме логика потребления строится скорее не на потребительской, а на знаковой стоимости товаров. В том числе это относится к потреблению образов: создание и тиражирование определенных изображений подчиняется знаковой логике⁶. Стремление к персонализации (и дистанцированию) (подробнее о персонализации см. [3, с. 117 – 131]), а также желание продемонстрировать престижное потребление и соответствие моде на творческий образ мыслей и стиль жизни (что опять-таки престижно) стали причинами быстрого роста количества начинающих фотографов и фотомоделей-любителей.

Образы красивой жизни заимствовались из глянцевых журналов и телевизионных передач о жизни «звезд» шоу-бизнеса, изначально ориентированных на широкую аудиторию. Несмотря на индустриальный характер производства подобных образов, к ним относились как к уникальным и престижным, что вызывало стремление им соответствовать. В области фотографии это выражалось в создании большого числа изображений, имитирующих съемку в студии. Однако начинающие фотографы не имели того оборудования и опыта съемки, какой был у работающих в журналах профессионалов. Это породило волну устоявшихся интернет-выражений, таких как «горизонт завален» или «его ворсейшество», появившихся как реакция на фотографии с не параллельной краю линией горизонта в первом случае и фотографии на фоне ковра во втором. В результате родилась культура китча как итог обеднения реального значения оригиналов вместе с выпячиванием их внешних деталей (подробнее о китче см. [3, с. 144 – 146; 9, с. 112 – 113]).

Массовое производство псевдообразов, интенсифицированное цифровой революцией, заводит логику консюмеризма в тупик. Вместо того чтобы служить средством самовыражения, оно уравнивает потребителей в культуре китча, одновременно уравнивая их технические возможности по созданию изображений. Это порождает критическое отношение к такого рода любительской

ПОТРЕБЛЕНИЕ В ИСКУССТВЕ
И МЕДИА

фотографии, которое, в частности, выражается в появлении негативных коннотаций при описании подобных практик (например, «говнозеркалка», «фотожоп», «я и моя сраная кошка»). Более того, тенденции к отрицанию доминирующего способа производства и потребления фотографий не ограничиваются их критикой. Возникают попытки дистанцироваться от неожиданных эффектов имитации популярной культуры. Согласно Пьеру Бурдье, они возможны только при освобождении от условий, которые определяют практику большинства [13, с. 72]. Если каждый может снимать, необходима другая эстетика, другие объекты, другие средства получения изображений. Отсюда возникают такие художественные течения, как концептуальная фотография или ломография. В дальнейшем мы сосредоточимся на тех фотографических практиках, которые реабилитируют старые способы создания изображений, а именно на пленочной фотографии.

Мы предполагаем, что пресыщение информационной среды псевдообразами с любительских снимков в конце нулевых вызвано привлекательностью фотографии как средства самовыражения. Этому способствует все более низкий порог входления. Еще в 1965 году Бурдье пишет о постоянном упрощении фотографического процесса, который становится совершенно элементарным с появлением полностью автоматизированных цифровых камер [13]. В эпоху цифровой революции не нужно не только самостоятельно делать эмульсии, но и подбирать выдержку и диафрагму под условия съемки, можно даже не иметь представления, что это такое и зачем это нужно. Породив огромное количество фотографов, не знающих элементарных базовых понятий (таких как, например, диафрагма или ГРИП)⁷, цифровая революция в какой-то момент убила их как потребителей престижного творческого стиля жизни. Он выражался в том, что наличие цифровой зеркальной камеры позволяло любому сделать заявление о том, что он занимается творчеством. Однако когда такие притязания стали повсеместными, они начали рассматриваться как необоснованные. Именно в тот момент упомянутый в начале этой статьи завод не

выдержал нагрузки, что открыло глаза некоторых фотолюбителей на новый факт: недостаточно обладать цифровой зеркальной камерой, чтобы называться фотографом.

Смерть пленочной фотографии?

Итак, в течение первого десятилетия XXI века ставший доминирующим в результате цифровой революции способ производства и потребления изображений начинает подвергаться критике со стороны тех, кто уже осознал его разрыв с креативным самовыражением. Технологии, которые изначально рассматривались в качестве средства, с помощью которого можно было стать передовым «автором» виртуальных историй, вместо этого осуществляли работу по уравниванию всех производителей — потребителей фотообразов. Критический подход к производству и потреблению изображений проявляется в осознании того, что стремление быть «равнее прочих» только интенсифицирует доминирующую практику фотографирования. Сопротивление ей выражается в форме сконструированной дистанции между большинством и критически настроенной группой фотолюбителей. Если каждый, у кого есть фотоаппарат, может назвать себя фотографом, тем, кто хочет дистанцироваться, необходимо показать большую вовлеченность в фотодело. В отсутствие традиции и канонов в фотографии демонстрация вовлеченности может осуществляться только через разрыв с обычной практикой [13, с. 45]. Например, энтузиазм может быть утвержден с помощью дополнительных ритуалов. В условиях эквивалентности технических возможностей новыми ритуалами становятся старые технологии получения изображения (такие как проявка пленки и печать фотографий)⁸.

К счастью для потребителей «творческого образа жизни» существовал архаичный способ фотографирования с помощью светочувствительных материалов, и новоиспеченные фотохудожники, разочаровавшиеся в современных технологиях, внезапно вспомнили, что живем мы, оказывается, в аналоговом мире, и дискретная «цифра» никак не может передать все его совершенство и красо-

ПОТРЕБЛЕНИЕ В ИСКУССТВЕ И МЕДИА

ту. К этому моменту верными пленке оставались некоторые ветераны фотоискусства, не захотевшие признавать победу новых технологий, разного рода adeptы механических камер, получающие удовольствие от ремонта разваливающихся от времени механизмов, любители практической химии, проявляющие просроченную пленку в кофе, и другие околофотографические фрики. Это небольшое сообщество оказалось не в состоянии противостоять наплыву энтузиастов, в результате чего действительно стоящие работы ценителей пленки просто затерялись в потоке создаваемых изображений, похороненные под лавиной недо- и переэкспонированных нечетких снимков.

В свою очередь, успев привыкнуть к автоматике цифровых камер, новое поколение пленочных фотографов ожидало подобного и от аппаратов, произведенных в середине прошлого века, которые не требовали для своей работы никаких источников электричества. Но оказалось, что получить качественные фотографии новичку с помощью таких камер очень непросто, потому что фотограф-пленочник должен обладать хотя бы базовыми навыками, чтобы делать снимки, сравнимые с цифровым изображением. Опыт съемки на цифровые фотоаппараты не дает соответствующих знаний и опыта. В итоге «функционер владеет игрой, в которой он не может быть компетентен» [11, с. 30], так как он контролирует только внешнюю сторону (т.е. знает, какие кнопки нужно нажать для выпуска фотографий), но не представляет, какие процессы при этом происходят внутри аппарата. Таким образом, возврат к аналоговым технологиям не дает желаемого результата, поскольку выдавать некачественную пленочную картинку за художественное видение, как правило, не получается⁹. Ситуация кажется безвыходной, и тогда на помощь фотохудожнику приходит ломография.

Изначально ломография — это творческое движение, инициированное в начале 90-х годов прошлого века группой австрийских студентов, которые вдохновились снимками с советской камеры «ЛОМО Компакт-Автомат» (отсюда и название). В настоящее время ломография превратилась

в мощную индустрию, продающую так называемые ломокамеры и ломопленку для них по всему миру¹⁰. Особенностями этих камер являются максимальная простота конструкции, пластиковые линзы и низкое качество получаемых изображений. Талантливый фотограф с их помощью может получить прекрасные снимки (как, собственно, и с помощью любых других камер), но в ломографии главной является именно идеология «несовершенного изображения», позволяющая любому человеку, впервые взявшему в руки фотоаппарат, назвать себя художником. Ломография преподносит себя в качестве демократической формы фотографии, делающей возможным «свободную игру креативности для обычных людей» [14, с. 204].

Существенных минусов здесь всего два: сложность перевода изображения с пленки в цифровой вид для демонстрации в Интернете и трудность в получении обратной связи от людей, не связанных с ломографией, поскольку убедить большинство в исключительности нерезкого изображения с пятнами засветов не так-то просто. Дело в том, что ломография создает собственную эстетику. Ее объектами не становятся котята, дети или члены семьи. Вместо этого она предлагает зрителю оценить красоту ретро-ванны, окрашенной в оранжевые тона с помощью специальной пленки, хрущевок в спальных районах, скамеек в метро, нечетких отражений в окнах, усеянных дождовыми каплями и т.п. (рис. 2, 3). Несмотря на заявления о своей демократической природе, ломография требует весьма специфической культурной компетенции и творческой грамотности, которая заключается в умении оценить сочетание моментального снимка (snapshot) с фетишизацией устаревшей технологии получения изображений и отрицанием художественной традиции [14, с. 205]. Это практика, противостоящая доминирующему способу производства и потребления изображений, которая в то же время не может получить одобрительной оценки с точки зрения большинства и поэтому замыкается в собственном сообществе.

Ломографическая эстетика идет вразрез с эстетикой классической фотографии (резкое изображение, правдоподобная цветопередача, рав-

ПОТРЕБЛЕНИЕ В ИСКУССТВЕ
И МЕДИА

номерная плотность кадра, соблюдение законов перспективы), во многом заимствованной из живописи¹¹. Теснимая, с одной стороны, техничностью и всеохватностью цифровой революции и альтернативным эстетизмом ломографического движения – с другой, пленочная фотография перестает существовать в той форме, в которой она существовала до этого. Иными словами, она утрачивает востребованность как среди профессионалов, отдающих предпочтение совершенству цифрового изображения и удобству использования новой техники, так и среди любителей, которые покупают себе цифровые «мыльницы» или полупрофессиональные зеркальные камеры. Ломография в таких условиях превращается в симулякр классической аналоговой фотографии. Непрекращающееся производство пленки, а также оживление на рынке антикварных и просто устаревших камер вызваны не интересом к старой эстетике фотообраза¹², а популярностью ломографического и подобных движений и модой на винтаж. Эти и другие факторы позволяют констатировать смерть пленочной фотографии в том смысле, что она больше не создает стоимости: не производятся современные аналоговые фотоаппараты, объемы продаж пленки с каждым годом уменьшаются¹³.

Рис. 2, 3. Примеры фотографий, выполненных в



ломографической эстетике.

Источник: lomography.com (дата обращения: 15.04.2014)

Расширяя сеть

Цифровая революция затронула не только мир фотографии. Телефон к концу XX века отбросил соединяющие его со станцией провода и стал мобильным, получив в начале XXI века множество дополнительных функций, одной из которых стала возможность делать фотографии с помощью встроенной камеры. К середине первого десятилетия нового века фотоаппарат в телефоне стал обязательной функцией. Качество получаемых с его помощью снимков зависело от цены конкретной модели, но даже самые дешевые телефоны вполне удовлетворяли ожидания рядового потребителя. Армию телефонов дополнили планшеты, появившиеся как замена ноутбукам, и оснащенные встроенной фотокамерой и возможностью выхода в Интернет.

Возможность коллекционировать уникальные моменты жизни в любом месте и в любое время позволяет «фотографическому взгляду» (Сьюзан Сонтаг) преобладать над всеми другими типами: «... благодаря совершенствованию техники все шире стал распространяться взгляд на мир как на совокупность потенциальных фотографий» [9, с. 17]. Например, в практике путешествий туристические маршруты строятся как переход от одного живописного вида к следующему [10, с. 170]. Однако теперь фотография стала не только показывать определенные значимые события, но и настоящему отображать жизнь: в любой ситуации хоть у кого-нибудь окажется с собой телефон со встроенной камерой. Ставший доступным широким массам чуть позже мобильный Интернет позволил сразу же делиться полученным кадром со всем миром. «Следствием становится постоянный поток бессознательно созданных картинок» [11, с. 68]. Волна фотоочерков о жизни простых людей захлестнула Интернет.

Сегодня понятие «Интернет» для многих полностью сливается с понятием «социальная сеть». Онлайн-жизнь пользователей проходит в основном в «Фейсбуке», «ВКонтакте» и подобных им сетевых проектах. Именно туда и стекаются миллионы фотографий, производимых самыми разными людьми. Социальные сети превратились

ПОТРЕБЛЕНИЕ В ИСКУССТВЕ И МЕДИА

в огромное хранилище изображений, доступ к которым можно получить из любой точки мира, где есть подключение к Интернету с помощью телефона, планшета, ноутбука или другого устройства, способного подключаться к сети и выводить изображение на экран. Если проецировать все загружаемые в Интернет фотографии на некую ленту, мы получим непрерывный репортаж из жизни всего мира.

В то же время желание выделить свои фотографии из общего потока осталось. В тот момент, когда вычислительные мощности телефонов позволили обрабатывать фотографии «на лету», под влиянием ломографической эстетики появился Instagram – программа, позволяющая наложить на изображение ряд цифровых фильтров, имитирующих эффект дешевых пленочных фотоаппаратов, и выложить его в социальные сети. Теперь можно получить модный ломографический шарм в несколько касаний сенсорного экрана мобильного устройства, исключив ненужные хлопоты с устаревшей пленкой. Здесь можно констатировать смерть пленочной фотографии, а точнее созданного ломографами зомби¹⁴, еще раз.

Появление Instagram означает исчезновение самой ломографической эстетики. Практика, которая была сконструирована как альтернатива доминирующему способу производства и потребления изображений, была в конечном итоге поглощена им. Попытки освободиться от условий, в которых «творит» большинство, через выбор альтернативного способа создания фотографий, изменение объекта съемки, создание новой эстетики сами обрели статус условий массовой практики. Это относится, по меньшей мере, к фотографируемым объектам и эстетике. Как уже было сказано, насыщение Интернета одинаковыми или почти одинаковыми изображениями привело к критике доминирующего способа производства и потребления образов. Отсюда вытекает потребность что-то ему противопоставить. Цифровая ломография подошла для этой цели как нельзя лучше, т.к. она предлагала эффективные стратегии дистанцирования. В результате репертуар изображаемого фотолюбителями расширяется до ломографической эстетики

тиki, и последняя теряет свою специфику. Ролан Барт изящно описывает подобную смену сюжетов в фотографии: «... что за интерес снимать против света нагого человека в дверном проеме, капот старого автомобиля в траве, грузовое судно на набережной, две скамейки в открытом поле, ягодицы женщины, стоящей перед окном деревенского дома, яйцо на голом животе? (...) В своей начальной фазе Фотография, для того чтобы поражать, должна запечатлять нечто значительное, но вскоре – в результате известной процедуры инверсии – она начинает объявлять значительным то, что запечатлевает. Тогда вершиной ценностной изощренности становится «все, что угодно» [1, с. 56].

Может показаться, что на трансформацию практик производства и потребления фотографий влияет исключительно развитие технологий. Однако это было бы упрощением. Потребность детально документировать собственную жизнь обусловлена не только автоматическим осуществлением многократно возросших возможностей фотоаппарата, но и тем, что фотография создает видимость участия в событиях. В эпоху, когда многие практики людей виртуализируются, стремление сделать свой опыт тем, что можно потрогать (хотя цифровая фотография и нематериальна, в восприятии она сохраняет свою привязку к реальности), становится повсеместным. Например, чтобы рассказать далеким друзьям о том, что выели сегодня на завтрак, достаточно выложить снимок в Instagram. Фотография позволяет потребителям убедить самих себя в том, что их повседневная жизнь состоит из событий, заслуживающих внимания. В результате развивается специфическая фотозависимость — «потребность превратить опыт в способ видения» [9, с. 40]. Стоит добавить, что это фотозависимость предстает не только как способ видения, но и способ демонстрации, поскольку разрыв с практикой большинства требует доказательства уникальности того или иного способа видения, а значит – самопрезентации в качестве творческой личности.

Подводя итоги...

ПОТРЕБЛЕНИЕ В ИСКУССТВЕ
И МЕДИА

В начале XXI века радикально меняется способ производить и потреблять изображения. Низкий порог вхождения и возможность делать бесчисленное количество кадров, вызванные цифровой революцией, изменяют функцию любительской фотографии. Если раньше она использовалась для фиксации значимых событий в жизни семьи и человека, то теперь она становится в основном средством самовыражения. Ориентация на образы популярной культуры вкупе с отсутствием профессиональных навыков у пользователей структурно сложных цифровых фотоаппаратов приводят к возникновению культуры китча, которая производится и воспроизводится в индустриальном масштабе благодаря сопутствующему развитию социальных медиа.

За 10 лет информационное пространство Интернета наводняется идентичными снимками настолько, что это вызывает критику со стороны наиболее продвинутых фотолюбителей. Они осознают, что совершенство современной цифровой фототехники уравнивает всех. Различия стираются. Когда любой вправе приписать себе статус профессионала, каждый может претендовать на творческий взгляд. В результате падает сама престижность профессионализма, т.к. теперь все кажутся профессионалами, при этом таковыми не являясь (ироничная иллюстрация этого феномена

из области современной культуры представлена на рис. 4). Соответственно, чтобы сохранить престижность потребления образа жизни, прогрессивным пользователям социальных сетей приходится искать альтернативные способы обращения с изображениями. Одним из таких способов становится ломография, предлагающая новую эстетику фотообраза. Однако эта эстетика была поглощена цифровой революцией с появлением программы моментальной обработки фотоснимков Instagram, эксплуатирующей стратегии дистанцирования от массового способа производства и потребления изображений, придуманные ломографами. В результате репертуар изображаемого в любительской фотографии еще более расширяется, и начинается новый цикл потребления образов.

Необходимо отметить, что критический подход к производству и потреблению фотографий, а также протест против доминирующей практики фотографирования, выраженный в возврате к архаичной технологии получения изображения и поиске новых объектов съемки, не может рассматриваться как тенденция трансформации существующей социальной системы. Логика капиталистического общества подразумевает возможность существования практик сопротивления массовому способу обращения с образами в форме нового вида потребления. Уравнивание всех фотографов и следующее за ним насыщение информационной среды идентичными снимками приводит к девальвации создаваемых изображений. В таких условиях демонстрация престижного потребления через конструирование образа творческой личности принимает форму отрицания потребления. Можно предположить, что тяготение к альтернативным способам создания изображений¹⁵ сочетается с другими антиконсумеристскими практиками, реализуемыми в рамках одной социальной группы (но этот тезис требует дополнительной эмпирической проверки).

Отныне общество живет в потоке любительских снимков. Единственным исключением остается индустрия рекламы, поставляющая образцы для огромной армии потребителей и одновременно производителей изображения. В итоге фотографа-

ГОД 2012



Рисунок 4. Падение престижности профессионализма в области фотографии.

Источник: <http://lurkmore.to/Фотооонанизм> (дата обращения: 15.02.2014)

ПОТРЕБЛЕНИЕ В ИСКУССТВЕ И МЕДИА

фия в качестве средства самовыражения начинает исчерпывать себя. Все, кто хотел, обзавелись многоегапиксельными «почтипрофессиональными» камерами; остальные же вполне удоволетворяются встроенными в различные устройства фотоаппаратами. Теперь все они, демонстрируя себе и друг другу престижность и исключительность потребляемого ими образа жизни, рисуют картину современной эпохи.

В результате, если от XVII и XVIII столетий нам остались парадные портреты лиц, способных оплатить время и материалы художника; если век XIX сохранил образы быта буржуазии, запечетленные с доведенным до совершенства художественным мастерством, а XX век оставил четкие черно-белые репортажи из жизни уже всех классов и народов авторства мастеров-фотографов¹⁶, то начало XXI века, скорее всего, предстанет перед потомками в виде нечетких цифровых изображений, сделанных нетвердой рукой соревнующихся в собственном тщеславии потребителей.

Литература

1. Барт Р. Camera Lucida. Комментарий к фотографии. — М.: Ad Marginem, 1997. — 224 с.
2. Беньямин В. Краткая история фотографии: эссе. — М: Ад Маргинем Пресс, 2013. — 144 с.
3. Бодрийяр Ж. Общество потребления. — М: Культурная революция, Республика, 2006. — 269 с.
4. Бодрийяр Ж. К критике политической экономии знака. — М.: Академический проект, 2007. — 335 с.
5. Бойцова О.Ю. Любительские фото: визуальная культура повседневности. — СПб.: Изд-во ЕУСПб., 2013. — 265 с.
6. Иванов Д.В. Актуальная социология: Веселая наука в поисках злых истин // Журнал социологии и социальной антропологии. 2010. Т. 13. № 2. — С. 21 – 51.
7. Козяр Г. Н., Нуркова В. В. Какие воспоминания мы выбираем? Как цифровой фотоаппарат изменяет нашу память // Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований. 2012. № 4. — С. 12 – 25. Режим доступа: <http://journal-labirint.com>.
8. О’Рейли Т. Что такое Веб 2.0 // Компьютерра online. 18.10.2005. Режим доступа: <http://old.computerra.ru/think/234100/> (дата обращения: 14.02.2014).

9. Сонтаг С. О фотографии. — М: Ад Маргинем Пресс, 2014. — 272 с.
10. Урри Дж. Мобильности. — М.: Практис, 2012. — 576 с.
11. Флюссер В. За философию фотографии. — СПб.: Изд-во С.-Петербург. ун-та, 2008. — 146 с.
12. Baudrillard J. L’Illusion de la fin ou la greve des evenements. — Paris: Galilée, 1992. — 170 p.
13. Bourdieu P. et al. Photography: A Middle-brow Art. — Oxford: Polity Press, 1990. — 232 p.
14. Burgess J. Hearing Ordinary Voices: Cultural Studies, Vernacular Creativity and Digital Storytelling // Continuum: Journal of Media & Culture Studies. 2006. Vol. 20. No. 2. — P. 201 – 214.

Примечания

1. <http://hi-tech.mail.ru/news/misc/digital-photo-russia.html> (дата обращения: 14.02.2014).
2. <http://www.luminous-landscape.com/reviews/cameras/digital-rebel.shtml> (дата обращения: 14.02.2014).
3. Ср. «Возможно, это лучшая камера для каждого фотолюбителя, который хочет приобрести цифровую камеру и при этом располагает менее \$1,000». Источник: <http://www.kenrockwell.com/canon/300d.htm> (дата обращения: 14.02.2014). «Он [Canon EOS 300D] поместит цифровые зеркальные камеры в руки потребителей (с умеренным бюджетом)». Источник: <http://www.dpreview.com/reviews/CanonEOS300D> (дата обращения: 14.02.2014).
4. <http://www2.uncp.edu/home/acurtis/NewMedia/SocialMedia/SocialMediaHistory.html> (дата обращения: 14.02.2014).
5. <http://www.alexa.com/siteinfo/vk.com> (дата обращения: 15.02.2014).
6. Ж. Бодрийяр выделяет четыре типа логик, присутствующих в социальных отношениях: функциональная, экономическая, символическая и знаковая. С переходом к обществу массового производства и потребления знаковая логика становится доминирующей. Если раньше человек приобретал товар, чтобы извлечь из него пользу (логика потребительской стоимости) или обменять на другой товар (логика меновой стоимости), то теперь он покупает вещь, чтобы продемонстрировать свое место в дифференцирующей системе престижа и статуса (знаковая логика). Подробнее см. [4].
7. Выдержка — интервал времени, в течение которого свет попадает на светочувствительный

ПОТРЕБЛЕНИЕ В ИСКУССТВЕ
И МЕДИА

материал (пленку). Диафрагма — оптический прибор, регулирующий количество света, попадающего на светочувствительный материал. ГРИП (глубина резко изображаемого пространства) — границы резкого изображения на кадре; зависит от диафрагмы и фокусного расстояния объектива.

8. Ср. «Культ будущего (все более и более быстрого зрения) чередуется с попытками вернуться к ремесленным, более чистым временам, когда на изображении лежала печать ручной работы и у него была аура» [9, с. 165].

9. Одной из возможных иллюстраций этого барьера служат декларируемые правила поведения на фотографических форумах и в группах. См., напр.: «Не выкладывайте работы с следами пыли и другим шлаком... не забывайте, что это не ваши личный фотоальбом и фотографии должны иметь хоть какую-нибудь художественную ценность». Источник: <http://vk.com/pages?oid=-55219357&p=%CA%E0%EA%20% E E % F 4 % E E % F 0 % E C % E 8 % F 2 % F C % 2 0 %F1%E2%EE%E9%20%EF%EE%F1%F2:> (дата обращения 25 мая 2014 г.).

10. <http://www.lomography.com/about> (дата обращения: 15.02.2014).

11. Ср. «Фотографы-любители пользуются языком студийной фотографии, не задумываясь, что этот язык разработан на основе языка живописи» [5, с. 44].

12. Так как фотография на заре своего возникновения была совершенно новым явлением в жизни общества, ближайшим аналогом которой являлась живопись, первые фотографы в своих работах опирались на правила получения гармоничных изображений, выработанные многими поколениями художников. Их работы в полной мере относятся к «старой эстетике». Позднее, когда фотография стала более самостоятельной, появились новые жанры, не известные живописи, например репортаж. Репортажные фотографии всё еще опирались на законы живописи, но особенности техники получения изображения вносили в них некоторые изменения. Подобного рода работы также можно отнести к «старой эстетике». Основой новой эстетики является отказ от композиции, верной цветопередачи, резкости изображения и проч., т.е. отказ от того, на протяжении XX века считалось фотографией.

13. <http://www.zepol.com/BLOG/post/2012/01/19/Is-the-Age-of-Photographic-Film-Over.aspx> (дата обращения: 15.02.2014).

14. Имеется в виду симулятивный характер

ломографии. Несмотря на смерть классической аналоговой фотографии, пленочная фотография продолжается в искаженной форме ломографии. Данное здесь наименование воспроизводит яркую метафору Бодрийяра: исчезнувшее социальное продолжает существовать, подобно росту волос и ногтей у трупа [12].

15. К ним относится использование техник и/или аппаратуры прошлого, которые в силу своего несовершенства дают результаты, кажущиеся более выразительными на фоне традиционных средств фотографии. К таким процессам можно отнести цианотипию, колодий, гелиографию, мецио-тинто и проч. Это «традиционные» альтернативные способы получения изображения. Их противоположностью являются способы «современные», основной чертой которых является отрицание качественного изображения. «Современные» альтернативные способы получения изображений не привязаны к химическим или техническим процессам, а основываются на новой эстетике фотообраза.

16. Особеннопримечательна в этом отношении работа немецкого фотографа Августа Зандера, который поставил своей целью создать архетипические портреты всех слоев и профессиональных групп современного ему немецкого общества. Подробнее см. [2, с. 24 – 28].