

УДК 316.42

ФОТОГРАФИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ВКЛЮЧЕНИЯ/ИСКЛЮЧЕНИЯ: ДЕКОНСТРУКЦИЯ ДОВЕРИЯ

Десенко Дарья Сергеевна – магистрант социологического факультета Харьковского национального университета имени В.Н. Каразина

Статья посвящена рассмотрению фотографии сквозь призму ее способности включать/исключать индивидов в конструируемые образы, сообщества, знания. Фотография создаёт «идеальные» миры, способные как стимулировать желание индивида интегрироваться в сообщество, приобщиться к какой-то практике, так и продемонстрировать обывателю образ исключенных, тем самым закрепив в нем подчинение существующему порядку. Участвуя в производстве знания, фотография используется как сопроводительный материал в этом процессе. Но даже в эпоху цифровых технологий, когда доверие к фотографии уже далеко не абсолютно, фотография и её производные продолжают пользоваться спросом как глобальная технология порождения миров, способная включать(ся) в буржуазный порядок.

Ключевые слова: фотография, включение, исключение, деконструкция доверия

Стаття присвячена розгляду фотографії крізь призму її здатності включати / виключати індивідів в конституовані образи, спільноти, знання. Фотографія створює «ідеальні» світи, здатні як стимулювати бажання індивіда інтегруватися в співтовариство, долучитися до якоїсь практики, так і продемонструвати обивателю образ виключених, тим самим закріпивши в ньому підпорядкування існуючому порядку. Беручи участь у виробництві знання, фотографія використовується як супровідний матеріал в цьому процесі. Але навіть в епоху цифрових технологій, коли довіра до фотографії вже далеко не абсолютна, фотографія і її похідні продовжують користуватися попитом як глобальна технологія породження світів, здатна включати (ся) в буржуазний порядок.

Ключові слова: фотографія, включення, виключення, деконструкція довіри

The article is devoted to the study of photography through the prism of its ability to include / exclude individuals in the constructed images, communities, knowledge. Photography creates «ideal» worlds that can both stimulate the individual's desire to integrate into the community, join in some practice, and demonstrate to the average person the image of the excluded, thereby consolidating in him the subordination to the existing order. Participating in the production of knowledge, photography is used as an accompanying material in this process. But even in the age of digital technologies, when the credibility of photography is far from absolute, photography and its derivatives continue to be in demand as a global technology for the generation of worlds that can include in the bourgeois order.

Keywords: photography, inclusion, exclusion, deconstruction of trust

На сегодняшний день фотография является неотъемлемой частью повседневности современного индивида, и фокус все заметнее смещается от вещей – к образам, от реального – к знакам. Существенно иной стала и конфигурация ткани повседневности: все чаще современный индивид имеет дело не с вещами, а с их от(об)ражениями на внешних носителях. В свою очередь, вторичные образы часто отсылают не к реальности, а к другим образам. Пребывание в мире видимых и зримых образов обусловлено техническим прогрессом современного мира. Освоение культурой такой технической новации, как фотография, происходило постепенно, закономерно порождая сопутствующие социальные процессы. Активное влияние фотографических образов на социальное и личностное приводит к формированию разнообразных визуальных сред, в которых происходит и организуются механизмы трансляции знаний, и «здоровых смыслов». Массмедиа все больше апеллируют к визуальным данным, в частности, к фотографиям, не только подкрепляя подаваемую информацию, но и признавая, что такие медиатексты «лучше продаются»¹. Интенсификация знаковой среды современного индивида приводит к снижению уровня критического мышления до пассивного восприятия, тем самым включая определенные способы мышления, повседневные практики и стереотипы восприятия. Так как в повседневном сознании фотография по-прежнему мыслится как нечто объективное, имея в виду, что фотографическое изображение получается «как результат физико-химического процесса (как бы) без участия человека, а потому оно, это

© Десенко Д. С., 2017

¹ Дэвид Огилви в своей книге, посвященной рекламе, пишет: «Мы установили, что фотографии привлекают больше читателей, в большей степени возбуждают аппетит, вызывают больше доверия, лучше запоминаются, обеспечивают больший возврат купонов и продают больше товаров, чем рисованное оформление»

изображение, (как бы) обладает совершенной объективностью, недоступной в любом другом способе изображения реальности» [1, с. 149], то это открывает широкое пространство для манипуляции со стороны производителей этих образов. Несмотря на публикации о формировании у современных потребителей информации определенных «социальных компетенций» [2] и «визуальной грамотности» [3], фотообразы продолжают активно использоваться в привлечении внимания, и инфляция (обесценивание) фотографии как объективной реальности не умерила ее востребованности в современном мире, ведь идеальное становится более желаемым, чем реальное. Страсть по реальному, – как пишет Славой Жижек, «ключевая черта двадцатого столетия» достигает своей высшей точки в своей очевидной противоположности, а именно театрализации: «Страсть Реального оканчивается чистой видимостью волнующего эффекта Реального... виртуальная реальность переживается как реальность, не будучи таковой» [4, с. 7]. Именно поэтому фотография как инструмент производства социального знания, зачастую не только докисичного, но и рефлекслируемого как ирреальное, и тем не менее востребованного, представляет собой интерес для научного анализа. Цель данной статьи раскрыть феномен фотографии с точки зрения ее свойств включения/исключения индивидов в разнообразные образы, сообщества, практики, знания.

Фотография в процессах включения/исключения

По мнению Жана-Франсуа Лиотара, основная функция средств массовой информации – это «уберечь сознание людей от сомнения», и в этом невозможно переоценить роль создаваемых ими образов. Динамику бытования фотографии можно охарактеризовать как постепенный переход от иллюстративной функции, когда снимок пояснял информационный текст, к торжеству независимого визуального образа. «Фатический образ – образ прицельный, образ, который направляет взгляд и привлекает внимание, – это не только продукт фокусировки в фотографии или кино, но и следствие форсированного, интенсивного и узконаправленного освещения, которым высветляются лишь определенные зоны, а окружение чаще всего погружено в туман» [5, с. 32]. Это акцентирует внимание на том, что при восприятии фотографии важен не только контекст, фрейм фотографии, но и тот, кто делает снимок: тот, кто осуществляет определенную селекцию кадров, ракурса и даже подписи фотографии. Важно не только «что» говорит фотография, но и «кто» говорит, а также «кто» адресат или «кто» это воспринимает. В этом смысле фотография может быть отнесена к поликодовым текстам² или же, как пишет С. Сонтаг (Зонтаг), фотографию следует понимать по аналогии с нарративом — как «текст о» действительности, «прозрачность» которого обусловлена вращением человека с детства в репертуар визуальных изображений своей культуры и усвоением способов конструирования реальности посредством фотографирования и интерпретации его результатов [7].

Именно этим встраиванием и овладением навыком интерпретации кода фотографии обусловлен ее манипулятивный потенциал. Фотография как неотъемлемый элемент современной повседневности, взаимодействовать с которым индивид научается в ходе социализации, фотография как нечто привычное, но способное дифференцировать по множественным осям. За счет считывания кода фотографии индивид включается/исключается в/из определенный образ, сообщество, знание. В рамках данной статьи мы будем рассматривать включение/исключение как нерелекслируемую (де)актуализацию одной из множества идентичностей, стереотипов, идеологем, мифов, практик, с целью фокусировки или отвлечения внимания, а также инициализации определенного поведения.

Фотография как инструмент включения в образ

И в первую очередь фотография задействована во включении/исключении в образы. И тут существует определенная двойственность: так как, с одной стороны, она превратилась в средство обретения идентичности (включения в «идеальный» образ и соотнесение себя с ним), а с другой стороны, – легитимировала типизацию субъекта в социуме, являясь основанием для его социальной идентификации (типизация и категоризация субъекта со стороны структур). В отличие от реализации идеи персональной идентичности, когда переживание субъекта направлено на собственное изображение, фотография стала объектом деятельности социальных институтов и специальных служб. Фотография приобрела статус «техники принуждения» [8], если говорить терминологией Мишеля Фуко, и именно в таком качестве осознавалась. Фотография в этом плане сыграла не последнюю роль в опрозрачивании современного общества и становлении «всевидящего ока» культуры.

Фотография превратилась в инструмент, с помощью которого культура идентифицирует своего члена, что обеспечивает решение многих социальных проблем. Учет и каталогизация рядовых обывателей, безусловно, были важны для упорядочивания, стратификации и организации социума. То, что ранее достигалось за счет переписей, записей в церковных книгах, разного рода списков, теперь перешло в ведение в том числе фотографических социальных технологий. Если рассматривать с точки зрения опрозрачивания современного общества, то практики фотографирования и дальнейшее распространение фотографий через социальные сети и интернет становится инструментом «транспарентизации», пусть и

² «К поликодовым текстам в широком семиотическом смысле должны быть отнесены случаи сочетания естественного языкового кода с кодом какой-либо иной семиотической системы»[6].

неконкретно, однако на уровне обобщений и тенденций позволяя опрозрачить структуру общества, происходящие в нём процессы, инструментализовать и прагматизировать их [9].

Эта односторонняя прозрачность позволяет использовать фотографию как метод социальной идентификации. Общеизвестными являются, например, систематические работы Ч. Ломброзо в его попытках сформулировать внешний облик криминального типажа. Несмотря на то, что физиогномические гипотезы о выделении чистого преступного типажа не оправдались, практика составления каталогов лиц, принадлежащих к различным профессиональным группам, продолжает развиваться и в наше время. Модельные агентства, актерские биржи, бюро по трудоустройству располагают фотографическими портфолио соискателей. Именно таким образом фотография учит общество видеть норму и патологию в близком социальном окружении, а также различать «своих» и «чужих». Конкретный человек в рамках этой познавательной стратегии загоняется в рамки фотографического, а потому крайне дифференцированного типа. По сути своей причисление субъекта к определенному типу является включением его в определенную категорию. Неопределенный субъект взаимодействия предполагает неизвестность и соответственно представляет возможную угрозу безопасности и социальному порядку, так как предполагает фактор неопределенности. Индивид без ярко выраженных социальных маркеров представляет потенциальную опасность как на индивидуальном уровне взаимодействия, так и на уровне властных структур. Именно таким определяющим маркером и выступает в современном мире фотография. Включая себя в определенную социальную группу, например, репрезентируя это досуговыми практиками, демонстрируемыми в фотографиях, индивид упрощает свою типизацию со стороны других субъектов взаимодействия. По сути это является упрощением и в условиях размывания культурных маркеров может не соответствовать реальному положению вещей, но подобное включение, как со стороны себя, так и со стороны других, снижает фактор неопределенности.

По мере развития технологии создания фотоснимков возникает возможность не только дублирования видимого мира и каталогизации, но и конструирования иллюзорных миров – идеальных образов:

- а) идеальных с точки зрения желания;
- б) идеальных с точки зрения принуждения.

А) Г. Маклюэн пишет о том как фотокамера склонна превращать людей в вещи, а сама фотография распространяет и размножает человеческий образ в масштабах, свойственных товарам массового производства. «Кинозвезды и популярные кинокрасавцы вовлекаются фотографией в сферу публичности. Они становятся грезами, которые можно купить за деньги. Алчное желание человечества торговать собой не угасает даже перед лицом революционного хаоса» [10, с. 226]. Массовый спрос на фотопортреты знаменитостей выполняет функцию формирования социальной солидарности и сплоченности. Создание своего виртуального окружения из недоступных для реального общения «идеальных», лично высокозначимых и социально признанных субъектов создает новые условия для функционирования механизмов достижения самоидентичности. Если раньше социальная идентичность определялась контактами с ближайшим окружением, то теперь фотографии дают возможность сформировать практически любой социальный ареал, в рамках которого можно строить (и мыслить) свою идентичность. Референтный круг «свои – чужие» может быть относительно произвольно расширен или деформирован за счет фотографий.

Современного индивида постоянно бомбардируют «идеальными» образами с помощью средств массовой информации. Они присутствуют не только в рекламе, но и в фильмах, в социальных сетях, в новостных лентах. Так как информационное потребление возрастает, то можно сказать, что ранее в прошлом не существовало такой концентрации образов, такой плотности визуальной информации. Человек может запомнить или забыть эту информацию, но какое-то мгновение он все-таки воспринимает ее, и она стимулирует его воображение при посредстве либо памяти, либо ожидания.

Мы сегодня совсем привыкли к тому, что эти образы обращаются к нам, и практически не замечаем их совокупного воздействия на нас. Индивид может обратить внимание на отдельную картинку (и на ту информацию, которую она несет), поскольку она отвечает некоему его конкретному интересу. Но система рекламных образов в целом воспринимается просто как постоянный фон. Предполагается, что зритель должен завидовать себе такому, каким он может стать, если купит рекламируемый продукт. Предполагается, что он должен представить себя преобразенным этим продуктом в объект чужой зависти – зависти, которая должна затем оправдать его любовь к самому себе. Можно сформулировать это иначе: рекламный образ крадет у потребителя его любовь к самому себе и предлагает получить ее обратно за цену продвигаемого продукта. Дэвид Бергер пишет, что: «способность тратить деньги позиционируется как жизненная сила. Согласно рекламным максимам те, кому не хватает этой силы, становятся в буквальном смысле безликими. А те, кто ею наделен, привлекают к себе любовь окружающих» [11, с. 134-135]. Так с помощью идеальных рекламных образов, образом определенного образа жизни индивид включается в мир-систему капитализма и потребления. С этой точки зрения становится понятной реклама в общественном

транспорте дорогостоящих машин, которые явно не по карману большинству пользователей общественного транспорта. В большинстве своем дело не только в том, чтобы продать этот конкретный товар, а в том, чтобы актуализировать желание. Сколь бы не был велик разрыв между желаемым и действительным, но этот идеальный образ уже вполне способен стимулировать воспринявшего его подчиняться правилам капиталистического мира, включаться в практики, которые потенциально способны приблизить исполнение мечты. «Вовлеченность процесса соблазна в процесс производства и власти, вторжение в любой необратимый процесс минимальной обратимости, которая втайне его подрывает и дезорганизует, обеспечивая при этом тот минимальный континуум наслаждения, пронизывающего его, без которого он вовсе был бы ничем, – вот что нужно анализировать» – пишет Ж. Бодрийяр [12].

Б) Если же говорить об идеальных образах с точки зрения принуждения и устрашения, то «стоит кому-нибудь увидеть фотографию местных трущоб, как он тут же погружается в невыносимое состояние. Простое соотнесение картинки с реальностью дает новый мотив к изменению, а вместе с тем и новый мотив для путешествий» [10, с. 228]. Фотография буквально сделала миллионы людей «видимыми», сообщая их существованию устрашающую реальность. Например, выставка снимков американского документалиста Джэкоба Рииса под общим названием: «Как живет другая половина», имея в виду население, проживающее за чертой бедности. По мнению Дж. Жарковски, первоначально такие фотографии публиковались специально с целью «пощекотать нервы» благополучной публике. [2, с. 54]. В официальном дискурсе, помимо этой цели, присутствуют также этические и политические коннотации, но не стоит также исключать и функцию создания образа «пугала». Устрашающие фотографические образы исключенных лиц не только стимулируют благотворительность, но и предостерегают законопослушных граждан от неверных решений, которые способны выкинуть их за пределы «островка» спокойствия и благополучия. Поведение, соответствующее интересам господствующего дискурса, поощряется символическими или материальными благами, в то время как маргинальные позиции приводят к менее успешным жизненным стратегиям, серии снимков бедноты отраженных и воплощенных в подобных просветительских выставках, – это один из способов, каким фотография обеспечивает интеграцию и способствует формированию «мы»-сообщества, хотя чаще исследователи говоря о интегративной функции фотографии имеют в виду в первую очередь семейные фотографии и фотографию как средство сохранения воспоминаний.

Фотография как инструмент включения в сообщество

Действительно коммуникативно компетентные индивиды обычно имеют достаточно широкий и постоянный репертуар (авто)биографических историй, которые помогают им налаживать и поддерживать социальные контакты, быть «своими» и любом окружении. Такая мимикрия, базирующаяся на реальных, полуреальных и даже ирреальных автобиографических фактах, показывает себя очень эффективной в современном мире и во многом связана с распространением социальных сетей и возможностью конструировать собственное виртуальное тело и историю. Роль фотографии в данном контексте – удостоверение факта принадлежности к некой виртуальной социальной общности. Например, хорошим тоном при проверке кандидата на должность при приеме на работу стал просмотр его профиля и фотографий в социальных сетях. Также в интернете можно встретить истории об увольнении, связанных с появлением в профиле фотографий не соответствующих первоначальному реноме сотрудника. Кроме того, фотография позволяет организовать самопрезентацию через интерпретацию контекста (получения) фотографии.

Общие воспоминания позволяют человеку пережить единение с различными социальными общностями: с семьей (семейные легенды и предания), поколением, нацией, человечеством в целом. Характер воспоминаний дает возможность противопоставить свою социальную группу иной, не имеющей сходного опыта («свои» – «чужие»). Именно таким образом фотография становится фундаментом для коммуникации. Для анализа воздействия фотографии важно, какие именно образы тот или иной человек выбирает для создания своего личного пространства (в последние годы – это интернет-пространство). Пьер Бурдьё связывает практики фотографирования с классовыми практиками и, в конечном итоге, – с классовым габитусом, что «есть не что иное, как тот (в самом обычном смысле) опыт, который непосредственно выявляет то или иное упование или притязание как разумное или неразумное, тот или иной потребительский товар как доступный или недоступный, то или иное поведение как приемлемое или неприемлемое» [13, с. 20]. Его изучение реальных групп позволило установить, что смысл и функция, которыми наделяют фотографию, непосредственно связаны со структурой группы, с ее большей или меньшей дифференциацией и, прежде всего, с ее положением в социальной структуре.

Несомненно, некоторые из этих идей с распространением цифровой фотографии уже устарели, как например, гипотеза, что «фотографическая практика существует и сохраняется большую часть времени лишь благодаря ее семейной функции» [13, с. 38]. Не отрицая значимость фотографии в деле запечатления значительных моментов семейной жизни и укрепления сплоченности семейной группы, напомним, что современные технические возможности сдвинули фотографию больше в область индивидуальных практик.

Тем не менее, взаимозависимость фотографических практик и габитуса индивида прослеживается особенно четко. Качественная фототехника и качественные фотографии по-прежнему подобны трофею, это показатель социального влияния и источник престижа, а «мелкие буржуа стремятся любой ценой выделиться, продемонстрировав в доступных им практиках свою добрую культурную волю» [13, с. 28], что выражается в активных «селфи»-практиках, а также тиражировании изображений с помощью предназначенных для этого социальных сетей. Активное конструирование самопрезентаций призвано подчеркнуть активную позицию индивида и его готовность включаться в коммуникативные практики. В то время как демонстративный отказ от маркирования себя можно интерпретировать в том числе как отказ от участия в символической борьбе в данном поле.

Подход к анализу фотографических практик сфокусирован исключительно на фотографии как основополагающей черте современных обществ, опосредующей взаимоотношения человека и мира, конституирующей пролегающую между ними «визуальную реальность», в которой индивиды – «коллекционеры реальности», создающие свою версию действительности, переводя трехмерные реалии в двухмерные изображения, наделенные собственным смыслом [14]. В современном мире все, что стоит увидеть, нужно сфотографировать; все, что сфотографировано, стоит увидеть. Поэтому важной с точки зрения получения прибыли является смена позиции жителя на активную позицию туриста-потребителя. Джон Урри пишет, что за последнее время мир превратился в глобальную сцену, на которую вышли почти все нации, соревнуясь в желании обратить на себя внимание и привлечь как можно больше туристов. Современные мобильные технологии изменили природу видения мира и способствовали развитию «взгляда туриста» – статичного взгляда через фото/видеокамеру [15].

К фотографии как к инструменту включения в определенные сообщества можно также отнести и техники патриотического туризма. Например, в Германии провозглашалось, что «только тот, кто знает свой край, может любить его, И только тот, кто любит свой край, любит свое Отечество и является достойным гражданином своего Отечества» [2]. Провозглашение политики завоевания жизненного пространства требовало формирования особого отношения к своему и чужому (как потенциально своему) географическому пространству. Система общедоступного массового туризма была призвана обеспечить немца автобиографическим опытом относительно его родной страны, а также основных европейских государств. Групповой туризм, субсидируемый государством и снабженный идеологической подоплекой, был настолько совершенно организован, что этим опытом многие страны пользуются до сих пор. Можно сказать, что солдаты армии вермахта, вступающие в пределы Европы, субъективно не пересекали некой психологической границы, а делали еще один шаг в сторону «своего» опыта [2]. В этом смысле фотография сделала немало в конструировании «взгляда туриста», в коммодификации того, что можно хотя бы условно превратить в объект фотографического интереса для приезжих. И уже не непосредственный опыт становится предметом туристического фетиша, а запечатление себя на фоне продаваемых «достопримечательностей». Является ли такой фокус на фотографических трофеях следствием отчуждения памяти современного индивида или стремлением к (вос)производству самопрезентаций? Возможно, что обе гипотезы имеют под собой основание, так как в подтверждение их сейчас довольно распространенными являются практики фальсификации собственных (фото)автобиографий.

Фотография как инструмент включения в знание

И все-таки рефлексия фотографии как документального слепка реальности немедленно порождает спекуляции и игру, основанную на доверии общества к фотографической объективности. На этом строится воздействие фотографии как инструмента включения в знание.

Центральную роль в оформлении идеи достоверности фотографии сыграла практика фоторепортажа. Фотография создает иллюзию прямого, непосредственного взаимодействия наблюдателя с отображаемой посредством этой визуальной модели частью мира. Посредник всегда иносказатель; интерпретатор искажает подлинность объекта. Ощущение исчезновения из поля зрения интерпретатора создает иллюзию абсолютной объективности, достоверности, аутентичности фотографии ее референту. Но если мы скажем, что «фотоаппарат не может лгать», мы тем самым лишь подчеркнем многочисленные обманы, практикуемые ныне от его имени. «Признание того, что сущность невидима человеческому глазу, что все есть иллюзия и что научная теория, как и искусство, есть не что иное, как манипуляция нашими иллюзиями, противоречило политико-философским дискурсам, развивавшимся с потребностью в завоевании как можно большего числа людей, с претензией на непогрешимость и с явной склонностью к идеологическому шарлатанству. Предать огласке формирование ментальных образов, открыть их психофизиологические аспекты – носители их зыбкости и ограниченности – значило бы нарушить государственную тайну, вполне сопоставимую с военной, ибо она окутывает манипуляцию массами, внешне непогрешимую» [5, с. 47]. При этом практика фотомонтажа вошла в историю довольно давно: известные и практически хрестоматийные примеры можно привести из практики и истории советского монтажа. Например, на снимке XIV партийной конференции в апреле 1925 года изначально были изображены слева направо: М. Лашевич, М. Фрунзе, И. Смирнов, А. Рыков, К. Ворошилов, И. Сталин,

Н. Скрыпник, А. Бубнов, С. Орджоникидзе и И. Уншлихт. Трое покончили с собой, пятеро умерли не своей смертью, и лишь Ворошилов дожил до старости. На сильно измененном варианте этой фотографии 1939 года, кроме Сталина, остались только Фрунзе, Ворошилов и Орджоникидзе. Или же фотография, на которой Антипов, Сталин, Киров, Шверник и Комаров засняты после разгрома «ленинградской оппозиции» Зиновьева. Первый вариант фотографии появляется в 1926 году уже без Комарова, в издании «История СССР» от 1940 года вырезан Антипов. А в 1949 году выходит «Иосиф Сталин. Краткая биография» в ретуши фотографии Шверника. Финальным аккордом становится портрет Сталина, написанный И. Бродским с фотографии. Картина, правда, была закончена в 1929 году, то есть когда на официальном снимке не было только Комарова [16].

Разумеется, фальсификацией фотографий занимались не только на советском пространстве. Известной подделкой является знаменитый портрет первого республиканского президента Авраама Линкольна. Все за исключением головы Линкольна на фото принадлежит вице-президенту США Джона Кэлхону, который снялся еще в 1840-х, а головой Линкольна его фотокарточку украсили в 1860 году. Еще одним примером времен Гражданской войны в Америке может послужить фотография Улисса Гранта, ставшего в будущем 18-м президентом США. Для создания «правильной» героической фотографии взяли голову Улисса с фотографии, на которой генерал мирно облакачивается на дерево и соединили с туловищем другого генерал-майора – Александра Маккука, когда-то позировавшего фотографу на лошади. На завершающем этапе фото наложили на изображение лагеря с пленными южанами, захваченными в ходе битвы при Фишерз-Хилл [17]. Монтаж фотографий и на сегодняшний день не остался в прошлом: чего только стоит известный интернет-мем о чудесных часах Патриарха Кирилла. Но современные политтехнологи предпочитают все же действовать более тонко, апеллируя именно к поликодовости фотографии – как, например, британская DailyMail, которая опубликовала статью, посвященную операции в Алеппо [18]. В статье используют реальные фотографии однако, подписи под фотографиями и, соответственно, комментарии к ним в дальнейшем вызвали многочисленные дискуссии. Наиболее иллюстративной в этом аспекте является фотография с подписью «A soldier daubs graffiti written in Russian on a wall in Aleppo, underneath previous graffiti written in Arabic», на которой изображен солдат делающий пометку на стене «Мин нет». На самом-то деле не имеет существенного значения, какие комментарии и подписи в большей степени соответствуют реальности потому как этот пример показывает, насколько вариативно может считываться фотографический код. Р. Барт называет фотографию «посланием без языка», подразумевая, вероятно, указанную выше ее прозрачность, а именно то положение, что «ключ» или способ дешифровки фотографического послания не прилагается автоматически к самому изображению [19]. Иначе говоря, фотографию можно читать и так, и этак, и в борьбе за символическое господство именно прочтение этого кода стремятся если не унифицировать, то, по крайней мере, спрогнозировать его влияние на потенциального адресата.

Апофеозом эксплуатации глубоко укорененного в сознании доверия к реальности фотографии стала эпоха цифровых технологий. Цифровая технология позволила с невиданной ранее свободой манипулировать образами. Тем не менее, зародившись как локальный инструмент запечатления фрагментов мира, фотография преобразуется в глобальную технологию порождения миров, завоевывая на определенном этапе доверие культуры, которое не так-то просто разрушить. М. Маклюэн пишет: «В самом деле, мир кино, подготовленный фотографией, стал синонимом иллюзии и фантазии ... который подменяет реальность «киношным» миром» [10]. Тем самым он обосновывает подход к фотографии сквозь призму деконструкции Жака Деррида: рассматривая фотографию как особый культурный код в котором сокрыты смыслы, обретая мистическое содержание, могут выступать как самостоятельные силы, манипулирующие сознанием людей. Образ по сути синтетичен: он связывает достоверность с иллюзией, а потому - всегда допускает интерпретацию. Новые технологии открывают перед нами все более комплексные возможности, что приводит к деконструкции доверия, в частности – и к фотографии. Технология может преобразить эту вещь до неузнаваемости, перекомпоновать ее, обратить в артефакт. В постфотографическое время уже «не фото, а фотоподобные изображения находятся на переднем крае». И тем не менее, эти фотоподобные продукты современной эпохи представляют собой эффективный инструмент включения в буржуазный порядок.

Современные фотографии широко используются при включении/исключении в образы, одновременно являясь и средством конструирования идентичности, а также инструментом типизации и категоризации. Несмотря на то, что типизация по сути является упрощением и стереотипом, в информационно перегруженном мире она востребована как на уровне повседневности, так и на уровне структур. Обретая свою фотографическую нишу, через фотографические практики индивид включается в сообщество. Этому способствует широкое распространение социальных сетей, некоторые из них, как например, Instagram, полностью построены по принципу написания (фото)автобиографии. И наконец, фотографии являются инструментом производства знания, считывание кода которого обусловлено габитусом индивида. Деконструкция доверия к фотопроизводным в первую очередь связана с

расширившимися техническими возможностями, в то время как сам код становится более комплексным, а фотография способствует опрозрачиванию современного мира для «всевидящего ока культуры».

ЛИТЕРАТУРА: 1. Лапин А. И. Фотография как... / Александр Иосифович Лапин – Изд. 2-е, переработанное и дополненное – М., 2004. – 324 с. 2. Нуркова, В. В. Зеркало с памятью. Феномен фотографии : культурно-исторический анализ / В. В. Нуркова . – М. : Издательский центр Российского гос. гуманитарного университета (РГГУ), 2006. – 287 с. 3. Симбирцева Наталья Алексеевна Визуальное в современной культуре: к вопросу о визуальной грамотности // Политическая лингвистика. – №4. – 2013. – с. 230-233. 4. Жижек С. Добро пожаловать в пустыню Реального / Славой Жижек [пер. с англ. Артема Смирного] – М.: Фонд «Прагматика культуры», 2002. – 160 с. 5. Вирильо Поль Машина зрения / Поль Вирильо; [пер. с фр. А. В. Шестакова; под ред. В. Ю. Быстрова] – СПб. : Наука , 2004 –140с. 6. Большакова Л. С. О содержании понятия «Поликодовый текст» // Вестник НовГУ. – №49. – 2008. – с. 48-51. 7. Сонтаг С. О фотографии / Сюзан Сонтаг [пер. Викт. Голышева]. – М.: Ад Маргинем Пресс, 2013. – 272 с. 8. Фуко М. Надзирать и наказывать. Рождение тюрьмы. / Мишель Фуко, [пер. с французского В. Наумова под редакцией И. Борисовой] – М.: Ad Marginem, 1999. – 480 с. 9. Голиков А.С. Укоренённость социального в знании: пределы прозрачности и угрозы опосредования / Александр Голиков // Вісник Одеського національного університету. Серія: Соціологія і політичні науки. Науковий журнал. – Том 18. – Випуск 3 (19). – 2013. – 186 с., с. 46-52. 10. Маклюэн Г. М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Г. М. Маклюэн [пер. с англ. В. Николаева; Закл. ст. М. Вавилова]. – М.; Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. – 464 с. 11. Бергер Д. Искусство видеть. / Джон Бергер – СПб.: Клаудберри, 2012. – 184 с. 12. Бодрийяр Ж. Соблазн / Жан Бодрийяр [перевод с французского Алексея Гараджи]. – М.: Издательство Ad Marginem, 2000. – 319 с. 13. Бурдьё П., Болтански Л, Кастель Р., Шамборедон Ж.-К.Общедоступное искусство: опыт о социальном использовании фотографии. [пер. с франц. Б. М. Скуратова; послесловие А.Т. Бикбова]. — М.: Издательская и консалтинговая группа «Праксис», 2014. – 456 с. 14. Троцук И. Нарративность визуального, или о пользе несоциологического чтения // Социологическое обозрение. – №1 – 2014. – с. 242-258. 15. Урри Дж. Взгляд туриста и глобализация // Массовая культура: современные западные исследования. – М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры». – 2005. – с. 136-150. 16. Кинг Д. Пропавшие комиссары. Фальсификация фотографий и произведений искусства в сталинскую эпоху / Дэвид Кинг – М.: Контакт-Культура, 2005. – 168с. 17. Мария Микулина, Подвиг ретушера. Самые интересные фальсификации фотографий в истории [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://www.maximonline.ru/longreads/photogallery/_article/photo-fakes/ 18. DailyMail, Look at our handiwork! After months of aerial bombardment, Russian army publishes harrowing photos of the utter devastation caused in Aleppo [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://web.archive.org/web/20170103211314/http://www.dailymail.co.uk/news/article-4084990/Look-handiwork-months-aerial-bombardment-Russian-army-publishes-harrowing-photos-utter-devastation-caused-Aleppo.html> 19. Барт Р. Camera lucida. Комментарий к фотографии. / Ролан Барт [пер. с фр. и послесловие Михаила Рыклина]. – М.: Ad margine