

Образ города и визуальные методы социологического исследования

Анна Желнина

5 курс факультета социологии СПбГУ

Образ города

Для Петербурга тема образа города в последнее время очень актуальна: горожане ищут точки опоры для самоидентификации, чиновники – «бренды», которые можно было бы дорого продавать на международном туристическом рынке, и все это – в контексте меняющегося мегаполиса, для которого советские ярлыки уже не актуальны, а новые не совсем очевидны. Самое время обсудить, из чего составляется упомянутый образ города и для чего он нужен.

Образ города играет основополагающую роль в образовании идентичности горожанина – те отличительные черты, которые приписываются конкретному городу, всячески подчеркиваются; понимание и почитание их воспитывается у людей начиная с детского сада (уроки по краеведению и т.п.). Упрощая, город можно изобразить как существо, находящееся в сообществе себе подобных, коммуницирующее с ними и пытающееся выставить себя в определенном свете в ходе этой коммуникации – «представление себя», но не в случае отдельного человека, а в случае мегаполиса. В формировании образа города, того самого имиджа, который показывается сторонним наблюдателям, а главное, и самим себе (ведь чтобы исполнять роль, актеры, прежде всего, должны сами в нее поверить), задействовано немалое количество участников и средств – вот эти средства и станут главным фокусом внимания данной статьи.

История городских образов

Общеизвестно, что города на Земле существуют уже очень давно. При этом города Древней Греции отличались от средневековых и современных нам разительно; прежде всего, другими были отношения между горожанами. Трансформации городской культуры во времени, начиная с перикловых Афин и заканчивая современным Нью-Йорком, исследовал Ричард Сеннет в книге «Плоть и камень» [1]. Если раньше, по его замечанию, жители города могли иметь друг с другом непосредственный контакт, и в их встречах – будь то собрания на агоре, рыночной площади, или где-то еще – рождалась коллективная идентичность этих людей, их осознание себя как общности, то сегодня эти встречи стали невозможны – слишком большими и индивидуалистскими стали города. Ссылаясь на современный городской индивидуализм, Сеннет пишет, что общественные места в городе (кафе, магазины, метро) больше не являются местами общения, а становятся местами *смотрения*. Личные встречи, вербализованное самовыражение играет все меньшую роль; городское «комьюнити» (в большом городе) не существует. Существует, однако, общегородская коммуникация – с помощью «медий», искусственных посредников. Наша агора чисто визуальна, а «общественному нарративу» формироваться теперь негде – городская культура, раньше осязаемая и говоримая, в современном городе приобретает визуальный характер. Ее трудно выразить в словах, она все больше поддается наблюдению, чем расспрашиванию (отсюда можно сделать вывод о том, какими методами оправдано изучать современную городскую культуру и идентичность).

Визуальные методы и примеры их использования

Визуальные методы можно разделить на две основные области – визуальная социология и визуальная этнография (антропология).

Принципиальное различие заключается в используемых источниках: визуальная социология занимается анализом уже имеющихся изображений, произведенных без участия исследователя (фильмов, телевизионных программ, фотографий – в газетах, открыток, т.п.), а визуальная этнография (в соответствии с принципами собственно этнографии, подразумевающей одновременное нахождение в пространстве исследователя и его поля) применяет визуальные методы, инструментарий для получения данных – то есть продуцирует собственные изображения. Здесь интересным образом переплетаются роль исследователя (антрополога, социолога) и роль туриста – ведь фотографии, сделанные туристами, – это интереснейший материал, а самих туристов можно рассматривать как исследователей-дилетантов.

Для понимания образа города применимы оба метода, о чем речь пойдет в дальнейшем.

Фотография и социология

В рамках данной статьи мы ограничимся рассмотрением метода фотографии – хотя визуальные материалы это еще и видеоизображения, мультипликация (серию мультфильмов про Масяню также можно изучать как канал трансляции образа Петербурга и петербуржца), рисованные изображения и т.д.

По наблюдению Говарда Беккера, одного из теоретиков применения этого метода в социологии, фотография всегда была средством изучения общества. В качестве инструментов социального познания эффективно можно использовать фоторепортажи и фото-эссе, сделанные без претензии на научность – ведь фотографы, как и социологи, всегда изучали сообщества. Все это неизбежно привело фотографию в поле социальных наук еще в начале XX века, то есть на заре социологии и антропологии в том виде, в каком они предстают сегодня. В антропологии фотографии стали использоваться намного раньше, чем в социологии – в классических работах Малиновского, Эванса-Причарда они служили иллюстративным материалом. Сегодня же их можно использовать для реконструкции образа первых антропологов и их отношения к своему полю (например, по фотографиям очень хорошо прослеживается известный переход «с веранды» миссионерского дома в деревню местных жителей, а позже еще более глубокое включение антрополога в жизнь наблюдаемых).

Как уже упоминалось, в те годы фотография использовалась исключительно как иллюстрация, убедительное средство для подтверждения правдивости текста – и в этой роли фотография действовала безотказно. Ведь вера в то, что запечатленное на визуальном носителе (фотографии, видеопленке) – реально и именно так и было, не изжита даже сегодня, когда многим уже стало очевидно, что и без применения специальной обработки, монтажа и тому подобного, изображение можно скомпоновать так, что оно покажет то, что хочет его автор, а не то, что происходило перед объективом «на самом деле».

Во второй половине XX века ситуация начинает меняться, появляются работы (J. Collier, H. Becker), анализирующие исследовательские возможности фотографии, соотношение реальности и фотографии, роль фотографирующего субъекта и т.п. Фотографию начинают рассматривать не просто как картинку к тексту, но как самостоятельный источник – вопросы, почему фотография построена так, почему именно такими рамками ограничено изображение, почему избран именно этот сюжет, по-новому позволяют взглянуть на свойственные полю значения, представления и стереотипы. Кроме перечисленного, на наш взгляд, фотография имеет преимущества и перед видеосъемкой: она менее «подкупающе» действует на восприятие, легче подвергается анализу. Хотя, конечно, в некоторых случаях использование фотографии сталкивается с труднопреодолимыми ограничениями – например, когда важен временной аспект изучаемой ситуации.

Образ города в изображениях

Чтобы подчеркнуть важность визуальных образов города, можно вспомнить о следующем: все изображения – от ранних карт до современных открыток – служили специфическими реконструкциями существовавшего в соответствующее время образа города. Развитие визуальных средств, фотографии и кино, с 1920 до 1970 годов служили основными средствами формирования городского пространства и идентичности. Интересно рассмотреть тот пласт визуальной информации о городской культуре, который представлен **фотографией** – официальной, туристической – в начале 20 века. Фотография – один из способов, которым города представляет себя вовне, а значит, один из важнейших аспектов идентификации.

Визуальная социология*Историческая городская фотография*

Историческая городская фотография – отдельный предмет исследования. Изучение старых фотографий позволяет увидеть становление традиционных видов, изменение значимости тех или иных «символов» с годами. Например, фотографии крупных европейских столиц конца 19 - начала 20 веков (Петербург, Париж, Лондон, Берлин). При сравнении альбомных фотографий того времени исследователю сразу бросается в глаза очень маленькая разница между этими мегаполисами, во всяком случае, то, как мало эта разница представлена в фотографии. Вероятно, это связано с тем, что в то время, время нарастающей урбанизации, главной характеристикой любого большого города была в первую очередь его огромность и урбанистичность со всеми полагающимися эффектами: рабочие и беднота (огромное количество фотографий оборванцев, рабочих кварталов, «веселых» кварталов), промышленность, торговая сфера (фотографии лавок, магазинов), специфический городской транспорт. Так, например, среди старинных фотографий Парижа и Петербурга можно обнаружить портреты «профессий» - почти одинаковые точильщики ножей, дворники; конки, первые трамваи также частые герои ранних фотографий. Собственно «индивидуальные» достопримечательности каждого города (они, несомненно, присутствуют и в ранних фотографиях, но не в таком количестве, как сегодня) выходят на первый план и начинают тиражироваться уже позже, с развитием международного туризма и превращением его в обыденную практику.

Петербург рубежа веков известен нам по фотографиям Карла Буллы и его мастерской. Интересно то, как сложилась судьба созданных этим фотографом образов, да и его собственного имиджа, в современном Петербурге: после очередного переименования внимание горожан, ищущих опоры для своей идентификации, обратилось к дореволюционному Петербургу, фотографии Буллы стали издаваться в виде открыток, в большом количестве появились в журналах, на выставках. Самому Булле даже поставили памятник на Малой Садовой улице. На этом примере мы можем отчетливо видеть, какую роль играет визуальный образ для городской идентичности – дореволюционный Петербург стал тем пунктом, от которого захотел вести отсчет Петербург современный, в результате были найдены и растиражированы олицетворяющие его визуальные образы.

Со временем меняются также и стандартные сюжеты, обязательные для наличия в альбомах – так сборники фотографий о советских городах (такие как, например, «Ленинградские мелодии» 1966 года [4]) немыслимы без хотя бы нескольких фотографий новостроек - образцов советской архитектуры, домов культуры, подъемных кранов и памятников Ленину. Сегодня, хотя художественная фотография и пытается искать нестандартные ракурсы и неожиданные решения для изображения одного и того же городского ландшафта, мы все же можем попытаться найти определенные образы и способы видения, характерные именно для сегодняшнего дня и современного состояния образа города. Подчеркнем еще раз, что анализ исторических трансформаций городской фотографии открывает интересные возможности для социологического творчества.

Альбомы фотографий для туристов

Однажды в книжном магазине мне довелось наблюдать туристку, которая выбирала себе альбом с фотографиями Парижа (дело было в Париже). Ей предлагали два альбома – один с фотографиями известнейшего мастера Анри Картье-Брессона, другой – автора менее известного. В итоге предпочтение было отдано второй книге (сборнику стандартного вида фотографий всего того, что стереотипно «парижское»), мотивировав свой выбор тем, что у Картье-Брессона «мало собственно Парижа» (альбом “*A propos de Paris*” [3] – традиционных видов и панорам там и правда мало, но зато Париж предстает во множестве проявлений: мода, булочные, военные парады, лица людей, и все это на протяжении целого века). То, что нормально для репортажной и художественной фотографии – не соответствует жанру фотографии для туристов, которую действительно можно выделить как специфический жанр.

Конечно, альбом для туристов не обязательно должен содержать исключительно видовые изображения – все зависит от самопрезентации конкретного города. Например, в альбомах о Берлине большое количество страниц будет отведено историческим снимкам – военная разруха, контрольные посты и Стена, разрушение стены и объединение Берлина. Город Кельн, сильно разрушенный во время Второй Мировой войны, предлагает туристам множество черно-белых открыток со старыми фотографиями – Кельн «до и после» войны, когда город был практически стерт с лица земли, и только знаменитый собор чудом уцелел. Этот факт также включен в образ Кельна наравне с собственно видами, Рейном и кельнской ярмаркой.

Таким образом, даже история превращается в тиражируемый визуальный образ, что еще раз подтверждает высказанный в начале статьи тезис о визуализации современной культуры.

Фотографии туристов

Очень интересный материал для изучающих образ города – это фотографии, которые привозят из своих поездок туристы. Туристы представляют собой «внешнюю сторону» по отношению к посещаемому городу, то есть они, скорее всего, не имеют никакого личного опыта, связанного с городом и находятся под влиянием пресловутого образа. Туристы отправляются в путешествие, что-то слышав, что-то увидев, прочитав путеводители, поискав в Интернете отзывы и фотографии, почитав книжки (хотя, конечно, туристы не всегда так подготовлены). Приехав на место, они чаще всего видят именно то, чего ожидали – стараются видеть это. Всем известно, что основной практикой туриста является фотографирование – так вот те сюжеты и виды, которые попадают в туристические фотографии, часто воспроизводят признанные виды, те, что предлагают путеводители и гиды. Для каждой достопримечательности существуют стандартные ракурсы, для каждого города – места, на фоне которых турист должен быть запечатлен (в парижском кафе с багетом и т.п.). Здесь снова можно обратиться к теме доказательной силы фотографии; ведь туристическая фотография – очень загадочная вещь. Многие задавались вопросом – зачем фотографировать на «мыльницу» и получать снимки сомнительного качества, да еще тех видов, которые можно обнаружить на недорогих профессионально сделанных открытках? Затем, чтобы «на фоне» сфотографироваться самому, а потом, дома, показывать и доказывать: я там был.

Таким образом, с помощью фотографий туристов можно проследить, как распространяется образ города вовне – то есть, говоря глобально, как происходит «презентация» города и позиционирование его отличий от других.

Визуальная этнография

На городском материале для визуальной этнографии открываются широчайшие возможности. Применять фотографию для изучения города начали еще представители Чикагской школы социологии, именно в то время, когда в принципе появилась городская социология – то есть этот метод фактически «родной» для изучения города.

В целом визуальная этнография – это известное всем наблюдение, но с использованием визуальных средств для фиксации наблюдаемых ситуаций. То есть если при традиционном использовании метода наблюдения эту роль играют протоколы, написанные наблюдателем, то при визуально-этнографическом наблюдении это будут уже фотографии или видеоматериалы. Отчасти такое решение может смягчить давний спор о субъективности текстовых протоколов, хотя все равно не избавляет от проблемы – ведь чтобы сфотографировать, исследователь все равно должен сначала увидеть нечто. Но преимущество фотографии в том, что при последующем анализе она содержит в себе гораздо больше информации, в том числе такой, какая не была замечена в сам момент съемки – тем не менее, она не пропадает бесследно и может быть включена в анализ.

Благодатное поле для применения визуальной этнографии в городе – это исследование популярных «публичных мест». Приведем конкретный пример: наблюдение за жизнью Малой Садовой улицы в Санкт-Петербурге.

Малая Садовая

Архитектурная, оформительская составляющая окружения этой улицы – это тот контекст, в рамках которого складывается множество социальных *ситуаций*, которые и являются центром внимания фотографирующего социолога. Несмотря на то, что прежде всего нам интересна интеракция, происходящая в этом публичном месте, проигнорировать контекст мы не имеем права – поскольку он является неотъемлемой частью той системы интеракции, которая сложилась на улице. Элементы *built environment*, искусственного окружения стимулируют коммуникацию, да и просто притягивают публику на Малую Садовую.

Поэтому начнем с беглого описания улицы. После основательной реконструкции, в 1999 году эта улица стала пешеходной, и с тех пор привлекает огромное количество горожан и гостей города. На улице установлены скамейки, клумбы, несколько «малых скульптур», в центре – «выставочные модули в виде «сталагмитов» (в народе – «пирамиды») и т.п. – то есть создано дружественное посетителю искусственное окружение, с которым люди постоянно взаимодействуют (фотографируются на фоне, разглядывают и т.д.). Такое взаимодействие очень интересно для социолога, изучающего городскую коммуникацию – ведь в этом случае искусственные предметы выступают посредниками, медиумами коммуникации. Естественный метод для изучения коммуникации – это наблюдение, в нашем случае наблюдение, сфокусированное объективом фотоаппарата. Кроме того, в объектив попадали характерные практики людей, задерживающихся на этой улице, наиболее популярные среди людей «точки притяжения». Наблюдения, вооруженные фотоаппаратом, показали, что люди не просто проходят по улице с Невского проспекта на Манежную площадь, но приходят туда посидеть (и в одиночестве, и группами), даже постоять. На углу с Невским часто выступают музыканты, люди стоят у фонтана, даже зимой, когда он выключен. Люди сидят на каменных подоконниках и наблюдают за прохожими (с пивом, в одиночку, либо группками – *people-watching*, одно из излюбленных развлечений на публике [2]); стоят рядом со своими велосипедами; фотографируются – рядом со скульптурой фотографа, у стеклянных пирамид, просто на улице; скульптурке кошки бросают монетки. Здесь не идет речи о наличии некоего сообщества Малой Садовой, или о месте встречи горожан на манер древнегреческой агоры – это одно из мест повседневного наблюдения, которое становится

обыденной практикой горожан. В публичном месте люди теперь именно *смотрят* – вербализовывать коммуникацию нет необходимости. Мы смотрим друг на друга, смотрим на установленные для нас скульптурки в виде котиков, собак, фотографов и т.п. Использование визуальных методов здесь оправдано и потому, что исследователь также *смотрит* на ситуации, то есть не переводит их в текст, а имеет возможность анализировать данные, более близкие к их первоначальному состоянию. Задача в том, чтобы попытаться понять функцию этого «обыденного наблюдения», но это уже тема для отдельной статьи. Сейчас же отметим только, что для реконструкции социальной жизни улицы логично воспользоваться визуальными методами, поскольку именно визуальная составляющая в этой социальной жизни превалирует.

Именно на этом утверждении и хотелось бы закончить обзор визуальных методов, применимых для изучения города, и еще раз подчеркнуть, что каждая из представленных методик может быть развита в отдельное исследование, выявляя различные стороны городской культуры.

Литература:

- [1] Sennett, R. Fleisch und Stein. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 1997
- [2] Lofland L.H. The Public Realm. New York: Aldine De Gruyter, 1998
- [3] Cartier-Bresson H. A propos de Paris. Muenchen, Paris, London: Schirmer/Mosel, 1997
- [4] Брызгин В.Н., Стукалов Б.Н. Ленинградские мелодии. Ленинград: Советский художник, 1966