

КОММЕРЧЕСКАЯ ФОТОГРАФИЯ КАК ЭТНОГРАФИЧЕСКИЙ ИСТОЧНИК

Создание любой фотографии определено какой-либо целью, поэтому любой фотоматериал можно отнести к некоему типу, который обусловлен поставленной задачей. В собрании МАЭ преобладают такие виды фотографии, как научная и коммерческая, сюжет которых предопределен конечным результатом. Так как коммерческие материалы также имеют научную ценность, необходимо сначала отделить их от собственно научного изображения.

Основная задача научного материала — передать как можно точнее реалии культуры для последующего их изучения. Такое изображение часто подкрепляется и другими видами источников, например письменными или аудиозаписями. Поэтому мы имеем целый комплекс для анализа. В научной фотографии ясна цель создания материала, часто известно авторство, время, регион и другая информация, необходимая для дальнейшего использования материала. Многие эти данные отсутствуют в так называемой фотографии коммерческой.

Коммерческая фотография предназначалась для путешественников как реклама и информация о стране, ее жителях, исторических местах, природных ландшафтах и т.д. Она представляла своего рода сувенирную открытку. И такого материала очень много в коллекции МАЭ, так как часто собиратели покупали подобные фото во время поездок по разным странам, а потом передавали в музей.

Коммерческая фотография имеет ряд своих особенностей, на которых нужно остановиться подробнее. Фотограф пытался заснять объект с более выгодной, более красивой стороны и руководствовался в этом исключительно своим чувством прекрасного, имея целью получить наиболее интересный, выигрышный результат. Здесь встречаются как семейные фото, где изображены люди в «традиционной» одежде, поэтому впоследствии они оказались в музейной коллекции, так и специально созданные материалы, рассказывающие о жителях какой-либо страны. Однако даже просто фотографироваться в ателье (студию) человек часто приходит пусть и в традиционной одежде, но в праздничной или нарядной, которую он не носит повседневно. Очень часто съемки проводились в студиях, вне культурного контекста, в таких случаях реальность не фиксировалась, создавался некий задуманный образ, фотограф подстраивал объект под себя, а не ориентировался на точное воспроизведение реалий культуры. Такие материалы обычно отлича-

ет нарисованный задний фон, намекающий на некую обстановку, в которой обитает фотографируемый. Подобные фото характеризуются постановкой и попытками разыграть некие сцены, которые могли бы дать представление о жизни и занятии изображенных. Иногда моделировались даже некоторые сюжеты. Например, охота (человек стоит с натянутым луком, группа аборигенов, готовых метнуть копьё).

Еще один интересный эстетический подход к съемке возможен, когда модель ставится в позу, например некой известной античной статуи. У фотографируемого в руках появляются не свойственные для его культуры предметы. При фотографировании индейцев практиковалось одевание модели в одежду, не характерную для данного племени. Фотографу она могла казаться более красивой, экзотичной, этнически достоверной и т.д. Подобных случаев можно привести много [Vergara 1995: 92; Wright 1997: 49, 51; Emmons 1991: 401; Соболева 2000: 192].

Существует и не студийная коммерческая фотография, когда фотограф без всяких постановок фотографировал традиционные деревни, праздники, обряды и т.д. Здесь автор не способен воздействовать на внешнюю ситуацию и любой материал подстраивать под нее. Только получив окончательный результат, автор своей работой может показать личное видение предмета, взгляд на него, не изменяя данные с самого начала.

И, наконец, можно, предположить ситуацию, что в ателье обращались путешественники и исследователи, заказывая те или иные съемки, а не покупали уже готовые фото. Такие материалы в некоторых случаях можно отнести к научным фотографиям, так как они наверняка изготавливались под руководством заказчика.

Несколько вышеприведенных примеров усложняют работу с коммерческой фотографией, ставя под сомнение ее достоверность. Поэтому, если обращаться к такому виду материала как к источнику, нужно проводить предварительное исследование, направленное на качественную оценку его содержания. Большой недостаток коммерческих фотографий в том, что они создаются не с научными целями, к ним не делается специальное описание, а подписей или комментариев собирателя и регистратора часто недостаточно для четкого атрибутирования материала уже в силу их отсутствия при создании изображения. Однако по некоторым регионам или народам в коллекции МАЭ недостаточно научных фотографий, и в исследованиях можно использовать и покупные фото, только с большой оговоркой. Большим достоинством коммерческих материалов является их качество, они могут стать украшением любого издания.

Коммерческие материалы обычно имеют ряд отличительных признаков. На отпечатках может быть указано место, где произведена съемка, реже — изображенный объект. Крупные ателье и фотографы во всем мире имели свои фирменные паспорта или визитки, на белой стороне которых и приклеивались изображения. Реже название фирмы пропечатывалось или выдавливалось непосредственно под фотографией. Данные визиток могут быть очень ценны при атрибутировании изображений, так как можно найти информацию о фирме-изготовителе, ее тематической специализации. На паспортах встречаются и даты, они не соответствуют данным о съемках, а имеют совершенно другое значение, однако они тоже могут помочь в изучении данных о создании изображения. Тем более что часто встречается целая подборка материалов, приобретенных у одного ателье, и поэтому можно делать некоторые обобщения и сравнительные исследования.

При изучении контекста фотографии в целом и этнографической в частности необходимо учитывать цель выбора предмета съемки и возможные варианты создания желаемого образа, так как фотография — это не только работа техники, как часто считают, но и отражение некоего замысла фотографа.

Соболева Е.С. Иллюстративные музейные коллекции как этнографический источник (на примере индонезийского фонда МАЭ) // Сборник МАЭ. СПб, 2000.

Vergara B.M. jr. *Displaying Filipinos: Photography and Colonialism in early 20th century Philippines*. University of Philippines Press, 1995.

Wright Ch. *An Unsuitable man: The Photographs of Captain Francis R. Barton* // *Pacific Arts*. № 15–16, July 1997.

Emmons G.T. *The Tlingit Indians*. Seattle, London, New York, 1991.

Н.В. Ушаков

ПОЛЕВОЙ ЭТНОГРАФИЧЕСКИЙ ИСТОЧНИК — МЕТОДИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ ПОЛЕВОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ, АРХИВАЦИИ И МУЗЕЙНОЙ РЕГИСТРАЦИИ И ПУБЛИКАЦИИ

Цель настоящей статьи, насколько позволяет ее краткий объем, — изложить текущие разработки автора по методическим вопросам полевой документации современного полевого источника и его архивации и музейной регистрации.

I. Состояние полевого этнографического источника

Полевых материалов собирается в настоящее время довольно много. Но они практически не архивируются. В научных рабо-