

С. ПИНК

ИНТЕРВЬЮ С ВИДЕОКАМЕРОЙ: ПРЕДСТАВЛЕНИЕ, САМОРЕПРЕЗЕНТАЦИЯ И НАРРАТИВ

Введение

Визуальные методы в этнографии и социологии становятся все более популярными, а их разработке (design) и применению посвящено большое число публикаций последних лет (см., например [1-3]). Однако об использовании видеосредств при проведении глубинных интервью или о том, как видеointервью могут отличаться от интервью, записанных на аудионоситель, написано немного. В данной главе я рассмотрю видеointервью, использовавшиеся в моем исследовании, посвященном изучению гендерного аспекта в так называемом «сенсорном доме»¹ и попытаюсь показать, какое этнографическое знание о повседневном опыте дает нам данный вид интервью². Я сфокусируюсь на использовании информантами³ нарратива⁴, или повествования, как инструмента для саморепрезентации, при которой что-то намеренно показывается, а что-то умалчивается. Видеокамера стимулирует информантов создавать нарративы, соединяющие и визуальную, и вербальную репрезентации, во время чего информанты соотносят существующие нарративы

Пинк Сара (Pink Sarah) — доктор философии, лектор факультета социальных наук Университета Локбороу. **Почтовый адрес:** Room U3:20 Brockington, Department of Social Sciences, Loughborough University, Loughborough, Leicestershire LE11 3TU England. **Телефон:** +44 (0)1509 223878 **Факс:** +44 (0)1509 223944 **Электронная почта:** s.pink@lboro.ac.uk

Редакция благодарит С. Пинк и издательство Elsevier Science за предоставленное право опубликовать статью на русском языке. Впервые работа опубликована: *Pink S. Performance, self-representation and narrative: Interviewing with video // Seeing is Believing? Approaches to visual research. Studies in qualitative methodology. Vol. 7 / Ed. by C. Pole. London: Elsevier Science, 2004.*

Сокращенный перевод с англ. А.В. Печуриной, А.В. Колосова.

¹ Под сенсорным домом С. Пинк понимает пространство, которое ощущается и проживается с помощью всего комплекса чувств — осязания, обоняния, вкуса, слуха и зрения. — *Прим. перев.*

² Это исследование описано в моей книге «*Home Truths: changing gender in the sensory home*» (2004).

³ С. Пинк вместо привычного «респондента» предпочитает более популярное у антропологов определение «информант». — *Прим. перев.*

⁴ «Нарратив» в данной статье употребляется и как научное определение описания, и как общее обозначение повествования и рассказа. При переводе использовались оба варианта. — *Прим. перев.*

повседневности и практики, являющиеся частично визуальными. Я также рассмотрю три нарратива, названные мной «Журнал “Хэлло”», «Агент по недвижимости» и «Самоанализ», которые были разработаны в контексте данного аудиовизуального исследования⁵.

В период 1999-2000 гг. я провела 50 интервью для двух исследовательских проектов, разработанных совместно с Юнилевер Рисерч (Unilever Research)⁶ Полевые работы проходили в Англии и Испании, поэтому я буду ссылаться на оба культурных контекста. Целью проектов было исследование отношения людей к их домам; при этом один проект был сфокусирован на изучении уборки/очистки помещения и стиля жизни, а другой на практиках стирки/прачечной. В последнем исследовании мы стремились изучить практики стирки и уборки в контексте повседневной жизни людей и места их проживания. Исследование для данного проекта можно определить как «видеоэтнографическое» с использованием формы «видеоинтервью». При этом под видеоинтервью я понимаю не только интервью, записываемое на видеопленку. Скорее, это особая ситуация, в которой видеокамера и представление информанта о возможностях видеосредств для репрезентации существенно отражаются и на самом интервью, и на способе его анализа. Формально интервью с каждым информантом длилось примерно два часа, а по факту большинство встреч длилось от трех до четырех часов, иногда включая и последующее наблюдение за информантом. Каждая встреча начиналась с записываемого на аудиопленку часового интервью, во время которого мы обсуждали идентичность информанта, его повседневную жизнь и домашние практики. Вторая часть интервью, также длившаяся около часа, записывалась на видео. Основная идея, которую я представляла информантам, заключалась в совершении «тура» по их дому, исследовании каждой комнаты, вещей в ней и того, как они хранятся. Я также говорила им, что они не обязаны говорить то, что не хотели бы, и показывать мне то, что может вызвать у них дискомфорт; они имеют право остановить интервью на любом из вопросов (хотя этого никто не сделал). В этом смысле способ проведения экскурсии был достаточно свободным для каждого информанта и мог проходить так, как он этого захочет. При этом беседа проводилась по моему плану (я все время его держала в руках). Также я могла направить интервью в зависимости от своих наблюдений и более глубоко обсудить какие-то предметы или практики, наиболее соответствующие теме исследования. После первых нескольких минут видео-

⁵ В работе [4] я отмечаю, что эти нарративы были использованы, а здесь я рассматриваю, как они функционируют в исследовании.

⁶ В 1999 г. я разрабатывала проект *Cleaning, Homes and Lifestyles* с К. Диверелл и в 2000 — проект о практиках стирки с Дж. Риммер, оба в Unilever Research Port Sunlight, UK.

записи я, как правило, отматывала пленку назад и демонстрировала ее информанту, чтобы показать, как я его записываю и как он выглядит на видео. По моему мнению, это усиливало доверие к моей работе, стимулировало интерес информанта и его включенность в процесс видеозаписи. Также перед моим уходом мы, как правило, смотрели запись окончания интервью. Большинство информантов говорили мне, что они никогда не делали ничего подобного ранее, и ни с кем не обсуждали аспекты деятельности по уборке дома. Однако при этом общее впечатление от интервью у них было положительным. По завершении проекта я просила информантов дать согласие на публикацию их интервью. Почти все согласились, и их материалы я использовала в дальнейшем.

Интервью как нарратив

Хоскинс в начале своей книги «Биографические объекты» отмечает, что «через рассказ о своей жизни» люди не только предоставляют информацию о себе, но также особым способом формируют (fashion) свои идентичности, конструируя свое «селф» (self) для публичного потребления. [5, р. 1]. Как она подчеркивает, жизненные истории не существуют «где-то там», готовые к тому, чтобы просто быть собранными этнографами. Скорее они создаются именно в процессе интервью, потому что «этнографическое интервью, проведено ли оно один раз, или за многолетний период, представляет собой комплексный диалог, процесс совместного создания нарратива, частично структурируемого вопросами и ожиданиями слушающего» [5, р. 1]. Опыт Хоскинс уместен в нашем случае, так как кроме жизненных историй народа коди (с острова Сумба, Восточная Индонезия), она также изучала их домашние и ритуальные объекты. Хоскинс обнаружила, что она «могла не собирать отдельно истории об объектах и жизненные истории людей», потому что «люди и оцениваемые ими вещи были так сильно связаны между собой, что их нельзя было отделить друг от друга. Когда она спрашивала своих информантов об объектах, а не о других людях, они давали более личные и глубокие оценки и мнения о своей жизни [5, р. 2]. Хотя размышления Хоскинс относятся к культурному контексту коди, они дают основание подумать и об отношениях между нарративами современных западных культур: с одной стороны, об объектах, пространствах, местах и, с другой — о самости (self) информантов. Нарративы, созданные в пространстве материального/визуального дома, также могут стимулировать информантов, принадлежащих современной западной культуре, показать закрытую и личную информацию о своей жизни, опыте, заботах и эмоциях. Такие нарративы создают рамку, внутри которой информанты могут располагать и упорядочивать свой личный опыт, выборочно показывать и скрывать аспекты и уровни эмоций. Видеоинтервью дает информантам возможность

структурировать представления о своей «самости» и использовать устоявшиеся типы нарративов, которые зависят как от визуального, так и от разговорного опыта. Чтобы рассмотреть этот аспект, я определю суть видеоинтервью и знание, которое оно дает; Далее я рассмотрю представление и нарратив как способы понимания информантами презентации своего «селф» (self) в присутствии видеокамеры.

Определение видеоинтервью

Использование видеокамеры в качественном исследовании имеет короткую историю. В 1980-х годах антропологи открыли для себя видеосъемку — она была дешевле, чем запись на киноплёнку и могла осуществляться в течение длительных периодов. Таким образом, видео использовалось как реалистская рамка для «объективной» фиксации социальных представлений, деятельности и поведения [1, р. 77; 6, р. 146]. Однако при низком качестве картинки видеозапись чаще использовалась в исследованиях, чем в производстве фильмов (filmmaking). Многие антропологи до сих пор используют видеокамеру для записи событий и интервью во время полевых работ, хотя, как правило, методология такого визуального исследования не фиксируется. Однако с появлением высококачественных видеоустройств, видеосъемка стала более широко использоваться в этнографических презентациях. Сегодня в этнографическом документировании цифровое видео порой заменяет видеоплёнку, которая сама уже используется совершенно разными способами [см. 7]. Исследователи и наблюдатели из других областей знания также используют видеосъемку. В существующей на сегодня литературе по качественным методам видеосъемка определяется как процесс записи с помощью специального видеозаписывающего устройства невербальных коммуникаций и аспектов поведения, которые могут быть упущены при наблюдении [8, р. 43; 9, р.68–69]. Ни в одной из книг, однако, не затрагивается вопрос об обсуждаемой в данной статье видеозаписи интервью как об исследовательском методе. Вместо этого внимание фокусируется на создании или материала, необходимого для редакции и производства этнографического документального фильма, или на записи визуальной информации, которая, наоборот, может быть потеряна при обычном наблюдении. Мое рабочее определение видеоинтервью отличается от приведенного выше и более близко к определениям, даваемым в литературе интервью для этнографических фильмов (обсуждаемых далее). Я рассматриваю видеоинтервью как интервью, в котором видеокамера становится неодушевленным (non-human) агентом в процессе создания смысла (knowledge). Камера — это часть интерсубъективного мира исследователя и информанта, она является объединяющей частью их отношений и ключевой составляющей понимания их общения друг с другом. Контекст видеоинтервью единственный, в котором исследователь и информант осознают, что их взаимодействие

опосредовано видеокамерой. Это не означает, что они просто исполняют свои роли (*performances*) только на камеру, они «работают» на камеру, используя ее как посредника, с помощью которого взаимодействуют друг с другом. Так, камера используется, чтобы одновременно выставлять напоказ и скрывать, и может рассматриваться, как дополнительная возможность одновременно показывать больше и больше прятать. Камера в то же самое время является катализатором для форм коммуникации, не проявляющихся обычно в аудиointervью.

Возникает вопрос о сравнения видеointervью с другими методами, в особенности с включенным видеонаблюдением. В данном тексте я не ставлю перед собой задачу обсудить, является ли видеointervью лучшим методом по сравнению с видеонаблюдением. Следует отметить, что выбор того или иного метода происходит согласно контексту и обстоятельствам. Проводящееся в домах других людей, «включенное видеонаблюдение» может быть менее практичным и занимать больше времени⁷. В действительности метод видеointervью, использующийся в данном случае, в ходе которого исследователь только посещает дом информанта, а не живет в нем, больше похож на методы исследования домохозяйств, разработанные антропологами, не использующими при этом визуальные методы. Этнографы могут проводить только небольшие периоды времени с информантами в их домах и могут не застать момент общения информантов с соседями, попав в определенный промежуток времени, когда они не встречаются [10, р. 3]. Включенное видеонаблюдение охватывает фактические действия исследователя по видеозаписи события так, как оно происходит в обыденном ритуальном контексте, и способом, приближающимся к обычному включенному наблюдению. Метод имеет сходство с процессом производства наблюденческого этнографического документального фильма. По словам Хинли, наблюденческий фильм и традиционные полевые методики «содержат разумное сочетание наблюдения и включения» и соответствуют «убеждению, что понимание должно быть достигнуто через процесс исследования, происходящего посредством включения в повседневную жизнь субъекта». [11, р. 218] Исследователь проживает время своих ежедневных полевых работ с видеокамерой в руке, не обязательно постоянно снимая, но участвуя в исследовании больше как видеомейкер. Спорным является вопрос, подходит ли метод наблюденческого кино (*observational cinema method*) больше для получения данных о фактических действиях людей, в то время как видеointervью сообщает нам лишь

⁷ Некоторые из этих методов разрабатывались в коммерческих исследованиях, особенно Siamack Salari at *Everyday Lives* — см. <<http://www.edlglobal.net>>. Однако насколько я знаю, подобные вещи не использовались в академической антропологии.

то, что люди говорят (с сопровождением видеоряда) о том, что они делают. Однако это разделение слишком явное и неточно репрезентирует отношение между словами и действиями. Отражая работу этнографа-документалиста Дэвида Макдугалла, Люсьен Тейлор сравнивает интервью, основанное на документальном фильме, с документальным фильмом-наблюдением и отмечает, что, как в интервью, так и во включенном наблюдении мы имеем дело с представлениями (performances). В действительности ни один метод не гарантирует полного приближения к «настоящему» опыту людей:

В стандартной ситуации интервью субъектов приглашают сказать, что они думают или делают, или что отражается на их опыте после свершившего факта, в то время как создатели наблюдательных фильмов, например этнографы, больше интересуются тем, что люди действительно делают в повседневном жизненном опыте. Чтобы быть уверенным в говорении и действии, необязательно отличать одно от другого, и феноменологи склонны забывать, что рефлексия о своей жизни — существенная часть ее проживания. Также представления, исполненные для камеры, могут иметь сходство с теми, которые люди делают для себя, — причем в последнем случае исполнители могут быть не менее правдивы [12, р. 5].

Исследование с применением видеointerview — это возможность для информантов провести анализ собственного опыта и рассказать о своей жизни. Разговор — это, несомненно, форма «действия» (doing); это ежедневная практика, введенная во множественные каждодневные нарративные формы одного и того же индивида. Однако такие интервью не должны быть представлены только как тип «говорящая голова», под которыми мы подразумеваем образ документального интервью. Например, в своих интервью, включавших исследование домов информантов, я с камерой сопровождала их по дому, снимая предметы, привлекающие мое внимание, действия, которые они производили для «показа» мне этих предметов, и другие вещи, которые я расценивала как интересные для моего исследования. Я не столько интересовалась тем, что они говорят, сколько тем, что они показывают и что мы оба ощущаем, когда изучаем их дома. Как пишет Макдугалл, «интервью в фильмах доносят не только устную информацию, но и невысказанную информацию о контексте, в котором они проводятся. Они позволяют говорящему описать свой субъективный опыт прошлых и настоящих событий, в то время как исследователь интерпретирует одновременно и эмоции, и напряжения момента» [13, р. 117]. Поэтому я интересовалась не только содержанием сказанного, или разговором, сколько формой исполнения (performance). Меня интересовало то, как разговор, саморепрезентирование и материальная/визуальная домашняя обстановка переплетены в производстве нарратива, повествующего о ежедневных отношениях между определенным «Я» (Self) информанта и его/ее материальным/визуальным домашним окружением. Во время своих полевых

работ представления (performance) аудиовизуальных интервью включали следующие компоненты — индивида, его дом, объекты в нем, историко-биографический опыт, а также исследователя и воспринимающую аудиторию. Мои информанты соединяли это все воедино, используя существующие культурные нарративы, которые могли быть легко инкорпорированы в их повествования.

Представление (performance) и нарратив как способы понимания видеоинтервью

Как большинство публичных представлений,⁸ интервью не обязательно начинается с того момента, как включается диктофон, а скорее сразу с приходом интервьюера. Мои информанты знали о проведении в их домах видеосъемки и начинали готовиться к представлению как психологически, так и предпринимая какие-то действия. И хотя я просила их не делать перед моим визитом ничего выходящего за рамки их обычной жизни, чтобы я могла увидеть их такими, какими они бывают «обычно», многие каким-либо образом подготавливали и себя, и свои дома — начиная с мытья дома и уборки, переодевания, прически и макияжа и заканчивая просто убиранием личных вещей, которые они не хотели бы выставлять на обозрение, — все это делалось, чтобы обеспечить себе уверенность и душевный комфорт. В интервью я фиксировала, что они сделали для подготовки к интервью, и пыталась вписать предварительную подготовку к событию в общее повествование. Эти изначальные приготовления перед моим прибытием отражались на том, как каждый информант начинал воспринимать интервью в качестве аудио-визуального события и как это влияло на способ его восприятия (понимания). Это к тому же неизбежно влияло на выбираемые информантами нарративы. Событие интервью не заканчивалось и после того, как я выключала видеокамеру. Мы просматривали несколько фрагментов видеозаписи, и если позволяло время, примерно два часа информанты рассказывали о себе, часто задавая вопросы и мне. Помещая видеоинтервью в такие рамки, я также могла рассматривать себя как часть более широкого события, в котором, с опорой на культурное знание и персональный опыт, могли создаваться специфические формы нарративов. Отметим, что «опыт и жизнь не имеют нарративной структуры *per se*. Скорее они конструируются в форме нарратива» [14, p. 76]. Флик неплохо описывает то, как два ключевых элемента —

⁸ Например, в случае испанского боя быков, событие боя для *aficionado* (болельщика) начинается не тогда, когда представление совершается на арене, а раньше, когда *aficionado* сначала старательно одевается, потом идет в бар пропустить стаканчик. То же и для других представлений, таких как футбольный матч или рок концерт, — то, что происходит до и после события, формирует часть нарратива этого события, и нам важно учитывать этот факт.

контекстный и культурный — фигурируют в конструировании нарратива. Когда люди таким образом создают нарративы, они имеют дело с «контекстуальными и социально сформированными формами знания», которые реализуются (negotiated) в двух сферах. Сначала, используя «прототипичные нарративы, данные в культуре», информант взаимодействует со своим опытом и уже имеющимся (established) нарративом. Потом он/она взаимодействует со слушателями, которые одновременно и не уверены в повествовании, и не отвергают его (элементы) [14, p. 77]. Мои информанты также осознавали, что они адресуют сообщение другим зрителям, которые посмотрят запись позднее. Эти зрители не были знакомы информанту, определялись как «исследовательская команда» и не составляли публичную аудиторию до последнего дня, когда респондент подписывал соглашение на это. Определяя так мои видеointервью, я видела свою роль как исследователя (слушателя/наблюдателя), трактующего нарративы информантов в качестве правдоподобных/заслуживающих доверия, — меня интересовали их объяснения, и я отходила от плана, только когда чувствовала, что они готовы обсудить другие варианты. Я оставляла ситуацию открытой, чтобы дать им возможность самим выбирать стиль своего повествования. Конечно, активно включаясь в ситуацию, я вмешивалась в их выбор, который уже не был произвольным, но это давало мне понять, во-первых, как информант воспринимает интервью в период ожидания, и, во-вторых, его интерпретацию контекста интервью после того, как оно уже началось. Некоторые информанты указывали на то, что они чувствуют и думают о способе коммуникации, и демонстрировали осознание того факта, что они работают с установленными нарративами. Например, как заметил один информант, интервью было сильно похоже на консультационную сессию, но в то же время и отличалось от нее. Позднее, по окончании интервью, информанты меняли режим интервью, переходя от типа «представление на видео» к типу «человек, задающий вопросы». Ситуация интервью продолжалась, но аудиовизуальное представление, которое меня интересовало, было уже завершено.

В следующих трех разделах я покажу, как разные информанты обращались к специфическим образом организованным нарративам, которые могут также рассматриваться как темы, характерные для современной западной культуры. Я назвала их «Самоанализ», «Журнал “Хэлло”» и «Агент по недвижимости». Мои информанты не следовали строго нарративам этих жанров, но адаптировали их компоненты и/или ссылались точно на эти нарративы как на часть их собственных аудиовизуальных нарративов/повествований. Параллельно с этим проходили и другие темы, свойственные современности, а именно: визуальные и технологические аспекты современной западной медиакультуры; культура потребления; саморефлексия индивидов, принадлежащих современной западной культуре. Перечисленный набор тем

так или иначе затрагивался всеми информантами. Ниже, чтобы эксплицировать эти нарративы, я связала их со всеми интервью, в которых они доминировали.

**Нарратив «Самоанализ» (рефлексивный нарратив):
интервьюер как слушатель**

Нарратив самоанализа относится к конфессиональному (confessional) стилю, применяемому некоторыми информантами. В процессе изучения домов и объектов в них информанты демонстрировали и обсуждали персональные значения, которые имел для них заданный материальный контекст. Пространство и имущество дома часто имеют глубокое эмоциональное значение, ассоциируемое с радостью или болезненными воспоминаниями, текущими беспокойными отношениями или тяжелыми утратами. Некоторые информанты, показывая мне объект для видеозаписи, описывали, какое он имеет для них значение в контексте эмоциональных ощущений и отношений, которые у них с этим объектом ассоциируются. Они делали это в процессе нашего обхода дома, рефлексивно рассказывая про отношения, истории конфликтов, разрывы и воссоединения или истории личных изменений, достижений и роста. Этот способ повествования о пространстве и объектах (и даже фотографиях и картинах на стене) в некотором смысле похож на фотопроявку. Харпер [15], ссылаясь, главным образом, на исследование, проведенное в современных западных культурах, утверждает, что фотопроявляющие⁹ методы делают возможным тщательное изучение глубинных человеческих эмоций и воспоминаний. Однако видеointerview расширяет это утверждение, так как в нем мы видим саморефлексивный и исповедальный стиль повествования не только о визуальных образах, но и об объектах материального мира и элементах пространства¹⁰. Например, в интервью с Марио мы обсуждали его рабочий стол:

⁹ Термин применяется для обозначения фотографического интервью, которое Харпер описывает как «интервью, основанное на простой идее использования фотографии в исследовательском интервью» [15, р. 13]. Иными словами, это интервью, в котором фотография используется для акцентирования внимания на обсуждении определенных тем / вопросов. — *Прим. перев.*

¹⁰ Конечно, здесь я различаю, что фотографии сами по себе являются материальными артефактами и что материальные объекты также в некотором смысле визуальны. Здесь моя цель — различить два вида интервью — фотовывявляющее (photo-elicitation), при котором информант обсуждает набор фотографий (как правило, фокусируясь на их визуальных, а не материальных качествах), и видеointerview, где информант очерчивает набор визуальных и материальных объектов и включает их в свой нарратив.

...Это место, за которым ты обычно сидишь и работаешь, так?

Да, это центр моей мозговой деятельности. Здесь ТВ и видео, я не пользуюсь ими слишком часто, я только что купил их. Это мой компьютер, моя гордость и истинная радость, я называю его Дэдди (папочка) потому что он великолепен, и еще принтер и вот эти вещи. Сейчас я много пишу в блокноте, а потом печатаю на компьютере, и я использую его, просто чтобы отражать разные вещи, части писательской работы, текущие фриланс-проекты — я все создаю тут. Потому что, опять же, все это не только полезно, так как я хотел бы забыть о каких-то вещах, но хорошо иметь это все постоянно на виду, это говорит мне о том, что я работаю свободным писателем. Это создает атмосферу, которая меня очень радует (Марио, Великобритания).

Высказывание Марио иллюстрирует, как наличие компьютера, блокнотов и бумажек, прикрепленных к стене, подсказывает ему, что рассказать о себе и своей идентичности, — например «это говорит мне, что я работаю свободным писателем». Однако к простому получению ответов, основанных на визуальном/материальном окружении, видеоинтервью добавляет еще один слой методологии исследования, в котором совмещаются визуальное/материальное окружение самого информанта. Часть интервью Марио была также посвящена представлению (representing) (это показано перед камерой) обстановки; он рассказывал о том, как оборудован его стол, о больших листках бумаги со списками и заметками, касающимися его писательских проектов, на стене.

Другие части видеоинтервью были в стиле «говорящая голова» ('talking head' style). Здесь интересно провести параллели с интервью в этнографическом фильме. Видеоинтервью может быть примером того, что Макдугалл называет «субъективный голос», описанный следующим образом:

Признание, первая гуманистическая перспектива, которая раскрывает индивидуальность через самовыражение субъектов в фильме. Оно было выявлено в фильмах (или в эпизодах), в которых первичный источник опытной информации передается нам теми, кто имел этот опыт. Хотя оно иногда встречается в спонтанном диалоге, оно более характерно для внутреннего диалога, исповеди или интервью [13, p. 102].

Например, первые несколько минут видеоинтервью Марио были записаны в стиле «говорящая голова». Я спросила его, кто его научил пользоваться прачечной:

Никто. Я должен был сам научиться. Я получил несколько советов от моей мамы, но, в общем, я не помню первый день, в любом случае, я помню, что я должен был прийти с сумкой и загрузить в машинку. Я помню, я спрашивал людей, как проводить стирку, а потом шел в университет. Я не понимал все точно, но к счастью, эти общественные машинки понятны до идиотизма, что очень хорошо, так как я в этом вопросе был немного глуп.

Чего Вы не понимали?

Температуру, разделение белого-не-белого, объем порошка и работу сушилки, режим ручной стирки, пятновыведение, мне никто не подсказывал. Это было мне незнакомо (Марио, Великобритания).

Некоторые информанты представляли свои домашние практики как прямое отражение своих эмоциональных потребностей или чувств, более объяснимых в психологических терминах. Например:

Я думаю, что на самом деле провожу много времени дома. Я очень люблю быть дома. Хотя, когда у меня бывают взрывы энергии в течение года, я могу уехать на три или две недели. Я имею в виду, что в течение месяца я обычно вне дома два, ну вы знаете, у друзей или с семьей, два выходных из четырех. Но я обычно считаю, что могу выйти на два уик-энда, после чего я должна вернуться. Так что здесь есть определенный психологический момент (Дженни, Великобритания).

Другие говорят о своих домашних делах как имеющих терапевтический эффект, относящийся к смене настроения между различными видами деятельности или установлению гармонии с окружающей обстановкой:

Да, хорошо быть чистым перед тем, как начать звонить будущим работодателям, да. Это определенным образом меня настраивает, организует, я так считаю.

Вы говорите о Вашем самоощущении?

Да, думаю, да. Я становлюсь более эффективным, способным к общению человек (Малкольм, Великобритания).

Однако не следует рассматривать такие субъективные оценочные проявления как обязательно «правдивые». Они лишь связаны с самоизучением и самоанализом. Макдугалл отмечает, что, хотя «интервью, возможно, является идеальным средством для признания и самораскрытия», оно может репрезентировать «ограниченные перспективы и неравные смещения искренности и самоосуждения» [13, р. 117]. Видеоинтервью позволяет информантам обдумывать и одновременно создавать версии своих идентичностей через повествование и показ своих домов для аудиовизуального устройства. Делая это, они прежде всего дают личную оценку себя и своих домов, ссылаясь на свое сознание и информацию, предоставляемую пространством визуального/материального дома, который одновременно и подсказывает, и подтверждает то, о чем они говорят.

С помощью нарратива самоанализа можно проследить, как люди размышляют над своими повседневными практиками в рамках самопонимания, а также и над интервью как способом узнать больше о самих себе. При этом они применяют модели поведения, являющиеся частью организованных практик саморефлексии и саморепрезентации в современной западной культуре. Определение себя в терминах траектории персонального осознания и развития во время разговора с друзьями или врачом является культурно установленным и допустимым.

В интервью есть доверительная установка, которая позволяет определить данный нарратив как «безопасный» и предлагает рамку разговора о себе и своих делах, связывающую личный опыт с материальным/визуальным домом без нарушения известных форм выражения.

Значение видео в процессе данного интервью носит тройкий характер. Во-первых, оно дает информантам платформу для смелых высказываний и выражения своего «субъективного» голоса. Во-вторых, фокусируясь на визуальном и материальном окружении, видеointerview есть форма визуального/материального извлечения, которая может вызывать более «глубокие» оценки и воспоминания. В-третьих, видео дает информантам возможность показать и обозначить визуальные/материальные символы самоидентичности, которая репрезентирует персональные траектории и амбиции и формирует часть конституирования себя (self) в своем доме.

Журнал «Хэлло»: нарративы для публичного потребления

Журнал «Хэлло» публикует два вида интервью со знаменитостями в их домах. Первый (и наиболее распространенный) содержит публичные версии семейной и личной жизни известных людей. Их спрашивают об их семье, работе, детях, жилье и т. д., а также фотографируют на фоне разных мест в доме и/или в саду. Второй тип — это репортаж об интерьере и обстановке дома знаменитости. Он содержит (обычно) описание выбранного дизайна и декораций, фотографии комнат, освещаемых в репортаже. Мои интервью не были похожи на такие публикации и манеру подачи визуального материала в журнале «Хэлло». Тем не менее, модель журнала «Хэлло» — полезная точка отсчета, которая показывает представление себя и дома так, как это делается для «на публику». В интервью, которое будет обсуждаться далее, есть темы, общие с интервью из «Хэлло», такие как семья (супруги, дети, родители), обстановка/декорирование дома и «традиционные» предпочтения.

Эта тема была особенно значима в Испании, где «Хола» («Hola», испанская версия «Хэлло» — «Hello») популярна среди широкого круга читателей. Однако она лучше контекстуализируется не в том, то касается непосредственно журнала, а в том, что касается устоявшихся отношений между улицей (calle) и домом (casa) в испанской культуре. Как подчеркивают Корбин и Корбин [16], разделение между публичным calle и домашним миром casa очень важно в Испании, — так, последнее в значительной степени является приватным пространством. Во время моего предыдущего включенного наблюдения в Испании (1992-1994 гг.) я выявила, что в отличие от английских домов, где чаще устраиваются развлекательные мероприятия с друзьями и коллегами, а также происходят различные социальные события, в Испании внесемейные социальные встречи проходят в пространстве

calle, то есть в барах и ресторанах. Пригласить человека домой, пока хорошо его не узнаешь, считается весьма необычным. Поэтому в Испании, в отличие от Англии, показ чьего-либо дома для видеосъемки нарушает привычные нормы. Информанты-испанцы нуждаются в подходящих моделях нарративов для события, в котором приватное пространство становится публичным.

Сюзанне исполнилось 30 лет на момент моего интервью с ней. Она была замужем и ждала своего первого ребенка. На период видеосъемки Сюзанна совместила свое интервью и нарратив «выхода из дома». Мы сделали интервью прямо перед началом ланча, так что к моменту включения камеры она была уже одета и готова к выходу в публичное пространство¹¹. Сюзанна провела выборочную экскурсию по дому, исключая комнату, которую она считала неприбранной и грязной. В комнатах, которые мы смотрели, превалировало красивое оформление и декорирование. В своей спальне она мне сказала:

Я все приготовила для девочки. Приданое, колыбель, всю одежду для нее, маленькие туфельки. Все. Сейчас дом немного неаккуратный, но в спальне все готово для девочки.

Это Вы, да?

Да, это я во время моего первого причастия. Моя коллекция шкатулок. Я очень люблю шкатулки из дерева и вообще шкатулки всех видов. Это колосья пшеницы. Я собирала их два года назад. Я засушила их, а потом разложила в качестве украшения. Очень люблю их. Этот набросок сделала моя мачеха. Я нашла его дома, вставила в рамку и повесила.

Однако использование семейного нарратива, охватывающего тему семьи и украшения дома, позволили информантке провести границу между тем, что она хочет и что не хочет обсуждать, что она включает, а что исключает в стратегии визуальной репрезентации своего дома.

Все декорации очень простые. Это зингеровская швейная машинка, которая была у моей бабушки. Ну, я хотела повернуть ее к столу, но пока думаю оставить ее так, планирую убрать крышку и работать на ней, так как я умею шить.

А как Вы это моете?

Я использую воск, который я изготовила для ухода за древесиной, так как практически все здесь из дерева, все двери из дерева, и я чищу их воском.

Он были сделаны специально для Вас?

Да... его сделали в городе в одном старом магазине чистящих средств, он там очень давно. Там еще делают воск для пола. Для плиточного пола они смешивают воск и немного красной краски, и это используется

¹¹ Некоторые другие информанты (женщины) просили сделать перерыв между аудио- и видеосъемкой, чтобы переодеться, сделать прическу и макияж.

для ухода за полом. Сначала нужно нанести соль, чтобы ушел желтый налет, а потом уже наносить воск.

Все это Вы подбирали сами?

Да, я купила это уже готовым, но я все подбирала и говорила, что именно мне нужно. Диванные подушки, например, скреплены старыми гвоздями, они называются цыганскими и сделаны из стали (Сюзанна, Андалусия, Испания).

Фокусируясь на процессе декорирования, фамильных ценностях и традиционных семейных отношениях, Сюзанна представила лишь поверхностный образ своей эмоциональной жизни в доме. Примером служат приготовления к появлению ребенка, изображения, символизирующие семейные отношения, отреставрированная швейная машинка бабушки и особые предметы мебели. Эти публичные репрезентации не являются результатом самоанализа. Биографические фотографии Сюзанны, развешанные по всему дому, представляют ее как красивую женщину на ключевых жизненных этапах, таких как первое причастие и свадьба. Эти образы говорят нам о том, что является важным для нее, и в то же время не включается в нарратив о ее чувствах относительно этих событий.

В этом интервью видео играло особую роль. Сюзанна использовала видео как возможность для визуальной репрезентации приемлемой и конвенциональной ситуации, она показывала исследователю и камере предметы, важные для нее, и вербально подчеркивала их важность, описывая при этом работу и время, которую она посвятила их приготовлению и связанным с этим заботам. Для нее была важна саморепрезентация, во время интервью она постоянно поправляла волосы. Ее дом, по мнению ее друзей и семьи, был очень красивым, и видеointервью предоставило ей шанс доказать и показать этот факт.

Агент по недвижимости: нарратив улучшения дома¹²

Во время проведения полевых работ я сама подбирала себе жилье. Когда я осматривала квартиры, я часто отмечала, что осматриваю

¹² Другая возможная современная интерпретация этих нарративов может быть дана в терминах совокупности программ по улучшению и декорации дома, часто показываемых по ТВ в начале XXI века. Однако я считаю, что это не относится к случаям, представленным здесь, по следующим причинам. Во-первых, интервью, обсуждаемые здесь (за исключением Марио, с которым интервью проводилось в 2000 г.) были сделаны в 1999 г., когда такие программы еще не стали так популярны и не формировали значительную часть британской массовой культуры. Во-вторых, мои информанты никогда не упоминали подобные медиа-репрезентации. В-третьих, в Испании, насколько мне известно, в то время такие программы не транслировались. Если бы интервью проводились в 2003 г., я бы ожидала от информантов ссылок на подобный жанр или на отображение его элементов в нарративах интервью.

дом взглядом исследователя. Отчасти это было так, потому что «смотр», который продавцы устраивали для покупателей, был похож по формату на мои экскурсии для видеоинтервью — информант обычно выбирал порядок показа комнат и был экспертом по дому, в то время как я задавала вопросы. Когда люди показывают свои дома будущим покупателям, они дополняют визуальные впечатления покупателей своим вербальным повествованием. Таким образом, они предлагают определенный способ видения. Покупатель может на самом деле противостоять или оспаривать навязываемый взгляд на квартиру (*gaze*) или быть уверенным, что последний сознательно сконструирован, чтобы выявить нужные и скрыть ненужные аспекты жилья так, чтобы показывать только его преимущества. В дополнение к моему опыту продавцы часто сочетали показ их жилья с рассказом о том, как они там живут. Часто эти нарративы фокусировались на биографии дома, неизбежно переплетенной с биографией тех, кто в нем проживал, и подчеркивалось, как этот дом был усовершенствован, изменен или доработан. Некоторые информанты использовали похожий деловой и «фактологический» подход при показе жилья. Например, Кристина так описывала свой дом:

ОК, в этом доме [название дома] мы живем 8 лет, и с того момента, как мы здесь живем, сделано много. Последнее окно направо, сверху вниз, пристройка с террасой внизу и смежной спальней, построено после отъезда моего отца. Он, к сожалению, жил с нами только 2 месяца, а потом был вынужден уехать. Парадная дверь новая, там должна была быть спальня, и мы сделали ее, так что холл соединяется через маленький проход. Между двумя окнами налево была парадная дверь, которая была закрыта и никуда не вела, так как мы ее заделали. Также мы переделали всю кровлю, и я думаю, это все, что мы сделали в этом доме (Кристина, Великобритания).

В таких ситуациях я также попутно пробовала исследовать вопросы об их отношении к своим домам, так как данная установка отличалась от более явно обозначаемой саморефлексивной позиции (которая являлась ни более, ни менее «правдивой»). Например, Пит, показывая мне свою гостиную и столовую, рассказывал, как их декорирование отражает его характер, его текущую личную жизнь и самоосознание:

Я планирую декорировать комнату, чего я не делал раньше никогда. Вы увидите эту комнату — я на самом деле покрасил полпотолка и полстены! Причиной была невероятная тоска. Я поставил стойку, чтобы начать красить эту комнату, и во время ланча в субботу я так выдохся с ней, что я решил поделаться что-нибудь другое. И если кто-то звонил и говорил: «Не хочешь ли по кружечке?» — не вопрос! Я выходил из дома.

То есть Вы всегда так относились к чистке/уборке и декорированию и другим подобным вещам?

Да, я думаю это оттого, что женщины, которые у меня были в течение жизни, были абсолютно сумасшедшие. У меня были работы, которые за-

нимали и уикенд в течение последних 6 из 9 месяцев, ну Вы понимаете. И ремонт никогда не делался. И, я думаю, что это невероятно раздражало. И я научился жить сам с собой (Пит, Великобритания).

Наоборот, когда Кристина показывала мне, где она держит своих лошадей, она слишком подробно останавливалась на описании процесса, который должен и мог бы быть закончен, не заостряя внимания на своей способности его достигнуть и не ломая голову над тем, как это может быть связано с ее идентичностью.

Я просто чистила этот последний маленький отрезок, я чистила и натирала его. Потом я собираюсь красить этот сарай.

Когда Вы собираетесь сделать это?

Ну, он не будет построен до февраля, поэтому это следующее, чем я займусь. Вы хотите снять это потом? Здесь вырыта канава, там, где этот белый забор, и она будет заполнена водой, но чтобы это сделали, я должна еще заплатить. Все это было заросшим, так что мы все зачистили, и сейчас здесь можно ездить на тракторе. Обращая внимание на коровьи лепешки (Кристина, Великобритания).

В то время как Пит показывал мне свой дом в качестве примера к своему повествованию, фокусирующемуся на его самоидентичности, Кристина подчеркивала, что я должна снять ее постройки как иллюстрацию процесса совершенствования ее собственности.

Как и у других информантов, которые рассказывали мне о своих проектах улучшения дома — пристройках, переделке чердака и выделении новых кухонных помещений, — ее нарративы помещали персональное пространство и затраченный труд в контекст материальных и видимых изменений, а не в контекст персонального развития и эмоциональных потребностей. В данном случае видео играло важную роль: оно было средством, через которое визуальное и материальное измерение могло быть расположено в приоритетном порядке в аудиовизуальном повествовании, сопровождающемся комментариями информанта. Эти наработки схожи с мнением [2] о направленной фотографии, посредством которой информанты указывают (часто спонтанно) на то, что исследователь должен фотографировать [1], и таким образом подчеркивают, что является важным. В контексте видеointервью этот момент еще более усиливается. У информанта как будто есть разрешение направлять взгляд камеры от себя на объекты и обратно. Хотя камеру держит исследователь и, в конечном итоге, снимки делаются с учетом его субъективности, все это осуществляется так, что информант направляет его предпочтения в визуальном восприятии.

Поскольку установленный нарратив показа своего жилья потенциальному покупателю во многом зависит от «демонстрирования» — то есть как от визуального восприятия жилья, так и от демонстрации нужного / укрытия ненужного в данном контексте, — это дает удобные и приемлемые способы представления дома в контексте интервью. В результате получается нарратив, в центре которого не личность, а

эмоциональный вклад личности в создание дома/домашней обстановки. В данной ситуации выявление и установление связей является задачей интервьюера. В моей работе это также включало связывание их с вопросами идентичности, которые я исследовала в аудиоинтервью¹³.

**Заключение: помещение нарратива
и видеоинтервью в контекст**

Выше я описала нарративы видеоинтервью, выделив примеры тех, на которые информанты ссылаются, используя специфические для видеоинтервью аудиовизуальные инструменты. На видео информанты рассказывают о своих ежедневных практиках и биографическом опыте, используя знакомые им аудиовизуальные нарративы, в рамках которых они чувствуют себя комфортно и безопасно. Понимание того, как это происходит, является ключевым для исследователей, использующих видеоинтервью в своей работе. Хотя информанты имеют полный контроль над тем, что они выбрали для показа/сокрытия в своих нарративах, исследователи должны обсуждать (*negotiate*) их, чтобы быть уверенными, что нарратив не противоречит исследовательским задачам. Для этого мы должны уметь определять нарратив и его доступные типы для той культурной среды, в которой мы работаем, так же как и распознавать их использование информантами. При работе в своей собственной культурной среде или контексте, представляющем научный интерес, исследователь может использовать это знание скорее интуитивно, нежели сознательно определять тип нарратива в момент его создания. В другом контексте, где понимание культуры не столь глубоко, анализ нарративов может являться частью непрерывной интерпретации по мере развития исследования.

Как и другие виды интервью, видеоинтервью должно быть расположено в ряду других установленных культурных нарративов. Однако видеоинтервью стимулирует информантов работать также и с уже установленными аудиовизуальными нарративами. Они могут быть взяты из использования образов в неподвижных и движимых аудиовизуальных медиа-средствах для коммерческого и домашнего медиа-производства и из существующих практик показа, демонстрации, наблюдения и просмотра. В примерах, рассмотренных выше, я анализировала видеоинтервью в отношении к современным нарративам самоанализа, медиа-репрезентациям и продаже жилья, а также визуальным проекциям этих практик. Я связывала их с тремя (не обязательно взаимноисключающими) ключевыми особенностями современности, развиваемыми некоторыми социальными теоретиками. Во-первых, британский тип экономики взаимосвязан с жилищным рынком не самым

¹³ В некоторых ситуациях было важно дополнить видеоинтервью записями аудиоинтервью, так как кто-то не мог говорить о личных переживаниях на видео.

очевидным для других мест способом. Домовладение, рыночная оценка / стоимость покупки и продажи домов являются важным фактором в отношениях между людьми с их недвижимостью. Это ключевая характеристика потребления в Британии, связанная как с домашним потреблением, так и с домашним пространством (домом), является товаром сама по себе. Во-вторых, современные медиа-культуры занимают центральное место в отношении способа нашей ежедневной коммуникации. На примере, приведенном здесь, я показала, как визуальные и письменные нарративы журналов могут предоставлять шаблоны для похожих репрезентаций себя и дома. В-третьих, саморефлексивность субъектов, принадлежащих современной западной культуре, может быть рассмотрена как часть ежедневных взаимоотношений между индивидами и их друзьями и семьей, также как и, в другом случае, с их врачом или консультантом — у тех, у кого они есть.

Видеоинтервью, если их грамотно проводить и анализировать, могут предоставить исследователю значительно больше информации, чем простая визуальная запись интервью. Комбинация визуального и вербального знания и репрезентаций, которые оно производит, предоставляет богатый исследовательский материал, который, как и любой транскрипт интервью, включен как в локальное, так и в общее культурное знание.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Pink S.* Doing visual ethnography. London: Sage, 2001.
2. *Banks M.* Visual methods in social research. London: Sage, 2001.
3. *Leeuwen T. van, Jewitt C.* Handbook of visual analysis. London: Sage, 2000.
4. *Pink S.* Home truths: Changing gender in the sensory home. Oxford: Berg, 2004.
5. *Hoskins J.* Biographical objects. London: Routledge, 1998.
6. *Collier J., Collier M.* Visual anthropology: Photography as a research method. Albuquerque: University of New Mexico Press, 1986.
7. *MacDougall D.* Renewing ethnographic film: Is digital video changing the genre? // *Anthropology Today*. 2001. Vol. 17. No. 3.
8. *Alasuutari P.* Researching culture. London: Sage, 1995.
9. *Fetterman D.M.* Ethnography. London: Sage, 1998.
10. *Miller D.* Behind closed doors // *Home possessions* / Ed. by D. Miller. Oxford: Berg, 2001. P. 1–19.
11. *Henley P.* Ethnographic film: Technology, practice and anthropological theory // *Visual Anthropology*. 2000. Vol. 13. P. 207–226.
12. *Visualizing theory* / Ed. by L. Taylor. London: Routledge, 1994.
13. *MacDougall D.* Transcultural cinema. Princeton: New Jersey: Princeton University Press, 1998.
14. *Flick U.* Episodic interviewing // *Qualitative researching with text, image and sound* / Ed. by W. Bauer, G. Gaskell. London: Sage, 2000.
15. *Harper D.* Talking about pictures: A case for photo-elicitation // *Visual Studies*. 2002. Vol. 17. No. 1. P. 13–26.
16. *Corbin J., Corbin M.* Urbane thought: Culture and class in an Andalusian city. Hampshire, England: Gower Publishing Company, 1986.