

Фотография как психотерапия

В рамках skills-клуба «Практика», организованного ЦСП «Платформа» и медиахолдингом «1 Media invest», известный фотохудожник Павел Маркелов рассказывает об особенностях работы с первыми лицами бизнеса.

«Моя задача увидеть в начальнике человека, – говорит Павел. – Как правило, на корпоративных фото мы видим не личность, а функцию».

Портрет считается самым сложным и одновременно самым простым жанром фотографии. Взял в руку телефон и легко получил свой портрет – селфи. С другой стороны, хороший портрет всегда гораздо больше документального (от слова документ) изображения, он, подобно биографическому роману, раскрывает то, что есть, что было и что станет с человеком в будущем.



Типичный российский бизнесмен или чиновник стремится под разными предлогами избежать фотосъемки, придумывая для этого разные поводы. Бывает, что съемки переносятся по несколько раз и в конечном итоге вообще отменяются. Если съемка все же состоялась, то она выглядит как блиц прием у стоматолога – чтобы не больно и очень быстро. Начальник всегда торопится, времени нет. Это совсем не значит, что его действительно нет. Руководитель как бы ускользает от встречи с самим собой. Фотограф только ставит свет, а клиент уже изнывает – почему же

так долго?!

На западе люди более раскрепощенные, там есть культура позирования. Они готовы играть в тех смысловых декорациях, которые предлагает фотограф, и результатом сотворчества становится образ первого лица как часть корпоративного бренда. Более того, участие в съемках – это обязательная часть работы руководителя, к которой он и относится соответственно – выделит необходимое время, обсудит одежду со стилистом и с готовностью «подставит» лицо под кисть визажиста.

У нас все иначе: топовые фигуры относятся к съемке как к тяжелой повинности, да и антураж чаще всего однообразен – стол, ручка, блокнот, планшет и «иконостас» на заднем плане – президент, премьер и непосредственный начальник. Предложение выйти на улицу или хотя бы в коридор воспринимается как провокация. Складывается впечатление, что российским руководителям старого формата креативная фотосъемка не нужна в принципе, хватит и фотографии на паспорт, даже если речь идет об обложке журнала

При этом, получив результат, они дотошно отбирают получившиеся фотографии, рефлексируют по поводу своей внешности неделями, не давая обратной связи. Или критикуют новый образ, созданный фотографом. Непривычное пугает. С высокой степенью вероятности та фотография, которую он выберет, окажется самой невыразительной, банальной, как снимок из домашнего альбома. Практически все наши мужчины вне зависимости от возраста и социального положения, боятся увидеть себя настоящего со стороны. И причина вовсе не в стеснительности, не в мнимых или даже реальных физических недостатках.

Русские мужчины очень боятся будущего. Скорее всего, для многих из них оно очень темное, неопределенное, и потому они так зажаты в настоящем. А если они еще на вершине общественной пирамиды, то риски потерь вырастают кратно этому положению. И нужно признать, что прошлое, как, впрочем, и настоящее подпитывают чувство неуверенности и близкой опасности. В итоге

– перманентная тревога, которую, однако, никто не хочет признавать, тем более увековеченную на фотографии. Не зря ведь в архаичных культурах до сих пор боятся фотоаппарата – портретный снимок может украсть и вобрать в себя часть души портретируемого или над снимком могут потом поколдовать «вуду-специалисты» конкурентов.

Кроме того, русский мужчина-руководитель подсознательно боится публичности. Он руководствуется поговоркой: «Меньше знаешь, крепче спишь». Нашему руководителю приходится все время оглядываться. Даже если внешность безупречна и часы на руке соответствуют реальному положению (не слишком дорогие), то большой начальник может оказаться недоволен тем, что кто-то выскочил перед ним, да еще и выглядит лучше!

Чтобы преодолеть многочисленные психологические барьеры, фотограф на время становится чем-то средним между иллюзионистом и психотерапевтом. Вначале он должен успокоить своего героя, притушить его подозрительность и снять первичный тремор затем – вывести своего визави на живой разговор, зацепив темой, которая его действительно волнует. При этом объект съемки нельзя отпускать на волю ни на одно мгновение. Слишком долго переставлял свет, вырвалось неосторожное слово, визажист уронил свой телефон в подсобке – и все, тонкая настройка сбилась, эмоция «ушла».

Умение держать модель в тону на протяжении всей съемки, вызывать нужную эмоцию и перенаправлять фокус внимания – сродни работе режиссера с актерами. Предугадать, как будет проходить съемка и сколько сюжетов в итоге получится – невозможно. Это абсолютная импровизация, театральная постановка, распределение ролей в которой происходит порой самым непредсказуемым образом. При этом важно понимать, что дублей, если что-то пойдет не так, не будет, ведь наши руководители готовы фотографироваться, в лучшем случае, раз в пять лет. Неудачная съемка может похоронить не только репутацию фотографа, но и угробить репутацию человека, который его привел.

Часто, фотограф заходит в кабинет руководителя как Хазанов в знаменитом школьном выпуске ералаша. Только там дети пытались управлять учителем, а тут руководитель хочет привычно взять под контроль весь процесс фотосъемки. Конечно, он лучше фотографа знает, как лучше повернуться, чтобы скрыть двойной подбородок и чрезмерный животик. Масла в огонь подливают и люди из компании, обычно это пиарщики. В отличие от фотографа, они встроены в иерархию и только подпитывают ощущения начальника, что он не должен отпускать возжи. Они отвлекают внимание не всегда уместными репликами и постоянно напоминают о том, кто в доме хозяин. Портретная фотосъемка – процесс очень личный, интимный. Все «лишние», которые мешают установлению правильной атмосферы в момент съемки, должны быть устранены. Ведь если фотограф потеряет контроль на площадке и подчинится «хозяину» кабинета, то хороших фотографий не стоит ждать. Съемка окажется абсолютно формальной и никаких находок точно не будет.

Еще одна вредная привычка, которую демонстрируют многие клиенты, это стремление все отфотошопить. Некоторые априори не хотят, чтобы с ними работал визажист и стилист. Они сразу обозначают, что именно нужно отредактировать. Человека можно побрить, поменять прическу, вытянуть шею, ноги, убрать объем талии и вычистить все морщины. А ведь беспощадно подчищая морщины, мы подчищаем и судьбу человека. Мы получаем пустые лица, у которых нет истории. Еще Бодлер говорил, что портрет – это драматизированная биография модели. А вот что не подвластно никакому фотошопу, так это неумение носить и подбирать одежду. Человек может привезти с собой горы дорогих костюмов и галстуков самых разнообразных расцветок, но снимать его все равно придется в том, в чем он приехал.

Построение образа первого лица может показаться периферийной задачей, заключает Павел Маркелов. Однако именно образ руководителя часто создает то первичное ощущение, которое бросает свою тень на все сутевые, контентные моменты бизнеса. Мы часто воспринимаем мир через лица, персонифицируем

реальность. От того, какую энергию излучает образ человека, зависит тональность связанных с ним смыслов.

Авторы репортажа – Алексей Фирсов, Ольга Калинина

23 марта в 17.30 на площадке ЦСП «Платформа» пройдет концептуальная дискуссия на тему: «Информационное пространство бизнеса». [Подробности](#) можно узнать на странице мероприятия.

Источник: [«Актуальные комментарии»](#)