

DOI 10.23683/2415-8852-2018-4-118-132

УДК 82

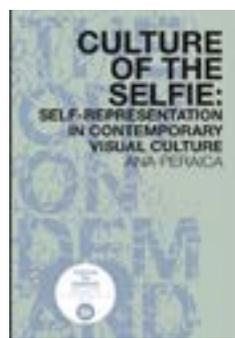
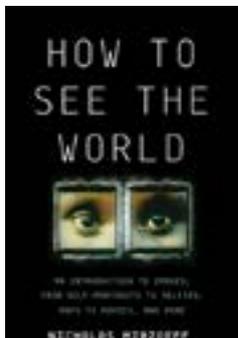
НОВЫЕ КНИГИ О СЕЛФИ

Ольга Анатольевна Джумайло

доктор филологических наук, зав. кафедрой теории и истории мировой литературы Южного федерального университета (Ростов-на-Дону, Россия)
e-mail: dzum2@yandex.ru

Аннотация. В статье предлагается освещение научной оценки феномена селфи. Подчеркивается, что в отличие от популярной литературы, патологизирующей культуру селфи, академические источники предлагают аналитический аппарат для осмысления популярного жанра современной визуальной культуры, изучение которого постоянно осложняется стремительным развитием разнообразных технических возможностей съемки селфи. Формулирование понятийного поля селфи, нюансировка жанровых признаков, социальных и перформативных функций, оценки контекста и параметров цифровой среды, а также эффектов культуры селфи постоянно дополняется, поясняется и уточняется учеными, работающими на стыке нескольких областей науки. Среди них исследования медиа, цифровой культуры, социология, психология, этнография и фольклор, нарративные и визуальные исследования, история фотографии, изобразительного искусства и история техники. Выделяются подходы, в фокусе которых само изображение, т. е. технические и эстетические параметры селфи, его дефиниция, типология, жанровые очертания; и подходы, направленные на практики и функции селфи, т. е. его коммуникативные и социальные параметры. Отдельного внимания заслуживают точки зрения на генезис селфи, его сравнение с жанром и практикой традиционного живописного автопортрета и фотопортрета, как правило, включенные в работы как историков искусства, так и социологов, исследователей визуальной культуры и цифровых медиа. Более подробно в обзоре освещены недавно опубликованные исследования “Allure of the Selfie: Instagram and The New Self-Portrait” (2014) Брука Вендта, “How to See the World: An Introduction to Images, from Self-Portraits to Selfies, Maps to Movies, and More” (2016) Николаса Мирзоева, “Culture of the selfie: Self-Representation in contemporary visual culture” (2017) Аны Перайки и коллективная монография “Exploring the Selfie. Historical, Theoretical, and Analytical Approaches to Digital Self-Photography” под редакцией Юлии Экель, Йенса Рухатца и Сабины Вирт.

Ключевые слова: селфи, автопортрет, современная визуальная культура, цифровая коммуникация, самопрезентация.



Люди мгновенно поддаются под очарование средств распространения их «Я» посредством любого материала, не являющегося ими самими.

Маршал Маклюэн

Возникновение практики селфи, словарное значение которого было зафиксировано в 2002 г. [Holden 2013], сопровождалось его невероятно быстрым распространением в СМИ, а также появлением одного из самых используемых хэштегов #selfie на сайте Flickr два года спустя. Повсеместное использование слова селфи способствовало дальнейшей популярности нового жанра фотографирования, принятого большинством пользователей мобильных телефонов, и стало стимулом для оживленных дискуссий о цифровой фотографии, онлайн-СМИ и современной культуре в целом.

«Селфи» было выбрано «словом года» Оксфордским словарем в 2013 году и в настоящий момент входит в двадцать самых популярных хэштегов. Любопытно, что публикации в прессе нередко драматизируют селфи, представляя его симптомом опасного нарциссизма и эгоизма, распространенного в современном обществе, а в популярных книгах, таких как “UnSelfie: Why Empathetic Kids Succeed in Our All-About-Me World” [Borba 2016] «синдром селфи» становится воплощением всевозможных угроз, поджидающих детей в мире цифровых медиа.

Научная реакция на появление селфи, однако, далека от тенденциозности. Более того, в последние годы заметен не только рост поклонников селфи, но и снятие с него ярлыка «низкая культура». Фотоизображение селфи превратилось из развивающегося в полноценный жанр онлайн-культуры. Как указывают Сенфт и Бейм, на сегодняшний день нет научных трудов, которые бы доказали факт психологической угрозы и обоснованность патологизации культуры селфи [Senft, Baum 2015: 1590]. Количество выставок и произведений искусства, посвященных селфи, растет и способствует легитимации этой практики, которая все чаще выступает посредником между массовой культурой и культурным наследием, традициями творческого самовыражения и открытиями современного искусства [Allard 2014].

На первый взгляд, селфи, некогда вызывавшее пренебрежительное отношение интеллектуалов, может показаться недостаточно важным объектом для строгого академического изучения, к тому же феноменом, быстро меняющим свои жанровые признаки, функциональность, контекст и среду. Дефиниция селфи как «фотографии, которую человек сделал сам, как правило, с помощью смартфона или веб-камеры и загрузил на сайт социальных сетей» [Selfie 2018], – наиболее распространенное и часто цитируемое определение, встречающееся в научном дискурсе о селфи с отсылкой к Оксфордско-

му словарю. Однако формулирование понятийного поля селфи постоянно дополняется, поясняется и уточняется учеными, работающими на стыке нескольких областей науки. Среди них исследования медиа, цифровой культуры, социология, психология, этнография и фольклор, нарративные и визуальные исследования, история фотографии, изобразительного искусства и история техники.

Расширительное значение слова сегодня отнюдь не ограничивается детерминантами социальных сетей и смартфона, так как любая фотография самого себя (включая аналоговые, а также цифровые фотографии) нередко называется селфи. Вместе с тем в русле формулировки приведенной выше дефиниции авторы недавних аналитических работ о селфи считают более корректным продолжать говорить о том, что «селфи – это фотография, на которой я, и я хочу поделиться ею с другими» [Eskel 2018: 8]. Речь идет именно о самостоятельном фотографировании себя с применением цифровой версии съемки. Необходимо учитывать и то, что любая практика до 2000 г. (то есть до широкого распространения социальных сетей) в строгом смысле слова не должна называться «селфи». Селфи нередко трактуется как «визуальное сообщение» (visual message), интерпретация которого в значительной степени зависит от контекста. Коммуникативная модель, предложенная в селфи, делает его персонализированным и ценным именно из-за возника-

ющей в селфи нюансировки контекста и призыва вступить в «разговор» [Gunthert 2018].

Включение в определение селфи обязательности действия по загрузке на платформы соцсетей также указывает на фундаментальную функцию селфи как изображения, вызывающего к коммуникации (сайты социальных сетей связывают общие фотографии одного пользователя с фотографиями многих других и приглашают их реагировать на загруженное селфи). Таким образом, практика обмена селфи лежит в основе новой формы личной фотографии, которая более не принадлежит сфере интимного и частного, как семейные снимки, хранящиеся в фотоальбоме, но с самого момента создания направлена на обмен фотографиями с другими людьми [Dinhop], Gretzel 2016: 130].

Классическое селфи включает так называемый «жест» (вытянутую руку). Согласно Полу Фрошу, жест «одновременно опосредует (вытянутая рука выполняет действие съемки) и опосредован (вытянутая рука становится знаком самости изображения)» [Frosh 2015], однако и этот жанровый маркер необязателен в связи с развитием технологий отложенной съемки, новейшими функциями фотокамеры iPhone и пр.

Любопытная характеристика селфи связана с идеей «несовершенства», неумелости и неловкости в выборе ракурса съемки. Часто эстетизируемое дилетантство при съемке селфи представляет собой серию видимых недо-

статков, ставших визитной карточкой жанра. Несовершенства еще больше отдаляют селфи от портретной живописи, но при этом придают «свежесть будто случайно брошенного взгляда» и внушают ощущение «подлинности». Демократичность практики, доступной всем, ее ориентация на непрофессиональный, несовершенный, часто комический формат изображения, делает селфи сегодня явлением типичным для онлайн-культуры (культуры LOL) [Gunthert 2018] и, возможно, наиболее распространенным и популярным из когда-либо существовавших жанров.

Мгновенный автопортрет, сделанный с помощью камеры смартфона и сразу же отправленный в сеть, – это также визуальный репортаж о том, где мы находимся, что делаем и чувствуем и с кем мы хотим этим поделиться. Селфи изменили наши привычные формы общения, язык тела, отношение к самим себе, представления о личном пространстве, конфиденциальной информации и даже наше чувство юмора. В 2018 г. трудно ожидать бурного общественного резонанса по поводу неэтичности селфи, еще в 2013 всколыхнувшем сеть: селфи с похорон Нельсона Манделы 10 декабря того же года, сделанное премьер-министром Дании Хелле Торнинг-Шмидт, в котором приняли участие президент США Барак Обама и премьер-министр Великобритании Дэвид Кэмерон, теперь лишь часть истории лавинообразного распространения практики селфи.

Монографические исследования и специальные проекты, посвященные селфи, пока немногочисленны. И тем не менее, можно выделить несколько подходов, предпринятых в последние годы.

С позиций медиа селфи рассматривается в книге Мановича и Тифентале “Selficity: Exploring Photography and Self-Fashioning in Social Media” (2014), в которой представлены количественные исследования фотографической самопрезентации в социальных медиа [Manovich, L., & Tifentale 2014]. Очевидно, что исследования селфи как социальной практики должны учитывать факторы технических возможностей селфи, таких как параметры приложений, вычислительных устройств и пр. Как показал проект Selficity (Selfie City Project at <http://selficity.net>), инициированный Мановичем и его командой в 2013 г., массив селфи бросает вызов устоявшимся подходам в гуманитарных и социальных науках и требует новых инструментов визуализации и анализа больших данных [Tifentale 2015: 50–51].

В интересной, но с методологической точки зрения традиционной работе того же года “Seeing Ourselves Through Technology: How We Use Selfies, Blogs and Wearable Devices to See and Shape Ourselves” (2014) Реттберг селфи генетически связывается с автопортретом и предстает обновленной формой саморепрезентации и поиска идентичности. В работе иначе, чем у Мановича и Тифентале,

озвучена мысль о том, что, функционируя в контексте современной цифровой культуры, селфи становится частью сбора больших данных и практик наблюдения, но производимых не учеными, а государственными институтами и крупными игроками на экономическом рынке.

С другой стороны, с точки зрения социологии и этнографии, базы данных стоковой фотографии дают возможность обнаружить визуальные клише и раскрыть социальные конструкты, лежащие в основе современной культуры. Исследователи напоминают, что селфи возникает не как жанр искусства, а как жанр «народного творчества», в этом отношении интересный как факт этнографический и возможный источник для историков повседневности будущих столетий. Представители культурной антропологии и социологии также нередко связывают селфи с возможностью открытого призыва к обсуждению острых социальных проблем, таких как гендерное и классовое неравенство, вопросы подростковой культуры, репрессивной нормативности, права на политическое высказывание и др. В противовес этой трактовке функциональности селфи выделяется и ей противоположная: селфи связывается с персональным брендингом как формой коммодификации себя в условиях неолиберализма.

Селфи как специфический феномен современной цифровой культуры требует по-

нимания истории СМИ, контекстов коммуникации и обмена визуальными материалами, характерных для разных медиаканалов и сред.

Историко-культурные и искусствоведческие аспекты изучения селфи не только сопровождают любое исследование данного феномена, но и становятся доминирующими в ряде монографий.

Как правило, генеалогию селфи связывают с жанром автопортрета, в особенности фотопортрета. С позиции искусствоведа Джеймса Холла, автора “Self-Portrait. A Cultural History” (2014), селфи – современная модификация традиционного автопортрета, истории которого в книге уделяется гораздо больше внимания [Hall 2014].

Однако целый ряд наблюдений исследователей позволяют увидеть кардинальные различия между автопортретом и селфи. Так, с позиции Дроиткура, портретная живопись утверждает значимость изображаемой личности, осознание художником философского противоречия в изображении натуры – обещание и невозможность бессмертия. «Художник должен посмотреть на себя со стороны, будто выйти за пределы тела, чтобы осознать его смертность. Селфи же лишено такого монументального замысла. Селфи вписывает своего создателя не в историю, а в текущий момент» [Droitcour 2013].

Более того, характерный саморефлективный «жест» селфи, нередко присутствующий

и на автопортретах, исчез с так называемых bum selfie или belfie, foot selfie, felfie или footfie, usie, ussie, wefie или groupfie. В последнем случае (селфи захватывает группу фотографируемых) определение селфи не совпадает с определением автопортрета как запечатления индивидуальной личности.

Часто сопоставляемые с классическим автопортретом практики селфи могут также служить отправной точкой для изучения веб-культуры и истории моментальной фотографии. И вновь заметны отличия: традиционный фотоавтопортрет возникает не так спонтанно как селфи, создается художниками, а не простыми владельцами смартфонов, и не предполагает диалога со зрителем. Любопытна мысль Зальтца о том, что мгновенная доступность селфи и его перформативно-коммуникативная основа роднит селфи не с фотопортретом, а с греческой идеей метексиса применительно к театральным практикам [Saltz 2015].

Сближение функций автопортрета и селфи, несомненно, одна из самых вдохновляющих тем для исследования: от погружения в глубины самопознания до использования собственного образа как средства саморекламы. Например, о роли ренессансной автопортретной живописи в создании собственного «бренда» и ореола «знаменитости» (разумеется, задолго до появления самих понятий) в творчестве таких художников, как Микеланджело, Дюрер и Тициан, пишет Ло [Loh: 2015].

Таким образом, выделяются подходы, в фокусе внимания которых само изображение, т. е. технические и эстетические параметры селфи; и подходы, направленные на практики и функции селфи, т. е. его коммуникативные и социальные параметры. Иными словами: что и как (возможно, иначе, чем в других жанрах; с использованием других технических средств и др.) изображено на селфи? С какой целью и в каком контексте появляется селфи, о чем свидетельствует?

Скромная монография Брука Вендта, критика визуальной культуры, фотографа и куратора, «**Allure of the Selfie: Instagram and The New Self-Portrait**» (2014) ставит под сомнение идею радикальных изменений, которые затронули процессы формирования идентичности и функции автопортрета в цифровую эпоху. Вдохновленный идеями Маршала Маклюэна и Вилема Флюссера, Вендт утверждает, что инструменты создания «Я» посредством селфи на платформе Instagram, не перестают воскрешать миф о Нарциссе. Селфи-зеркало для современного Нарцисса соблазняет потенциальной множественностью «Я» (pluripotentiality) и обещает идеальный образ, теперь создаваемый при помощи фильтров.

Таким образом, в отличие от популярных взглядов на селфи как на ресурс перформативности или социализации, Вендт видит в селфи уникальную возможность ухода от реальности: пользователь, вначале испыты-

вающий «непроизвольное онемение» при созерцании собственного образа (не-узнавание себя, которое отмечает Маклюэн в своей интерпретации мифа о Нарциссе), начинает желать еще большего отрыва от реальности и получает немедленное наслаждение в создании стилизованного цифрового автопортрета.

Угроза цифровой эстетизации «Я» видится не столько в потенциальной множественности, сколько в парадоксальном ограничении репертуаром популярных образов, навязанных визуальными фреймами социальных медиа. В этом случае Вендт сравнивает цифровые фильтры с «украшением» (Г. Зиммель).

Вендт также использует понятие «ностальгии по настоящему» (“nostalgia for the present”) социолога Натана Юргенсона, который обратил внимание на то, что содержание образа может приобрести эмоциональную и сентиментальную ценность в настоящем, если используется ретроэстетика. Ретро-фильтры позволяют не только представить себя каждый раз «новым товаром», но и имеют возможную экзистенциальную подоплеку: состаривание и «мгновенная ностальгия» (“instant nostalgia”) эстетизированных селфи будто обеспечивают электронное бессмертие бренным телам пользователей. В отличие от других исследователей, Вендт считает, что привязка к определенному моменту времени не играет большой роли в Instagram; более того, селфи-автопортрет теряет прочную

связь с идентичностью субъекта, так как последний легко меняет образы, используя в том числе и образы, условно «состаренные» фильтрами. Впрочем, автор тут же обобщает этот случай, размышляя о поведении пользователей в Instagram и их профилях в целом как о будущих «виртуальных гробницах».

Любопытны рассуждения Вендта о рекламе фотоаппарата «Кодак» начала XX в., в которой якобы проглядывает «властная» функция технического устройства (камеры) в создании эффекта особой значимости произведенного кадра и даже эффекта «качества жизни» (“enhance the quality of consumers’ lives” [Wendt 2014: 45]). «Кодак» была первой компанией, которая «превратила момент времени в товар» [Palmer 2010: 156], а того, кто снимает, в идеальную модель. Сама возможность делать фотографии самого себя самостоятельно, согласно Вендту, подталкивает к потребности фиксировать собственное развитие как личности. Изменение технических возможностей современной фотокамеры, неограниченное количество снимков которой позволяет не задумываться о необходимости концепции отдельного кадра, меняет ее функции. Если в эпоху фотопленки фотография имела меморативную функцию и позволяла фиксировать личную память [Waggoner 2007: 19], то теперь фотокамера все более становится накопителем большого количества снимков [Wendt 2014: 41]. Более того, не просто данные, а накопленные мас-

сивы фотоизображений оказываются аналогом истории жизни, а человеческая память оказывается медиализированной. Новые возможности неограниченных данных фотокамер смартфонов иллюстрируют изменение восприятия «Я» в условиях «дополненной реальности как ускоренной» (П. Вирильо).

Поток селфи, таким образом, позволяет создать аналог собственной жизни и именно запечатленность в изображении дает ей ощущение интенсивности переживания, сложное чувство отчужденного восхищения и удовлетворения. Вендт продолжает использовать миф о Нарциссе, утверждая, что, проверяя реакцию на собственные снимки в социальных сетях, пользователь будто вступает в разговор с самим собой (как «сколком “Я”»). Однако, ссылаясь на Кристеву и ее рассуждение о том, что смотрящий на свое отражение Нарцисс отнюдь не погружен в саморефлексию, автор монографии считает, что Instagram и другие социальные сети заставляют пользователей смотреть на себя как на поверхностные объекты. Значительно сокращая время, необходимое для создания автопортрета, и преумножая количество образов-снимков, практика селфи усекает ментальное пространство, необходимое для глубокой саморефлексии.

Иной взгляд на селфи предлагает известный исследователь визуальной культуры Николас Мирзоев, выпустивший монографию **“How to See the World: An Introduction to**

Images, from Self-Portraits to Selfies, Maps to Movies, and More” (2016). Именно селфи, как считает ученый, предлагают каждому визуализированный формат разговора о себе как доступную социальную практику повседневного обнаружения «Я». Однако селфи популярно отнюдь не из-за исключительной новизны. Селфи продолжает выражать и развивать идеи, связываемые с традиционным автопортретом как образом на публику и первым фундаментальным объектом визуальной культуры. Согласно исследователю, селфи показывает драму современного человека, желающего (порой, безуспешно) выразить свой внутренний мир и эмоции, с ним связанные, на фоне банальности повседневного существования, с учетом социальных иерархий и распространенных перформативных практик, гендерных, расовых, экономических порядков, формирующих идентичность. Предлагая сжатый обзор социальной истории автопортрета (от Веласкеса до постмодернистских экспериментов), Мирзоев видит основное изменение жанра автопортрета, о котором действительно можно говорить, следствием стремительного развития технологий и доминирования визуальной культуры, демократизации и коммодификации «Я», возможностей для каждого создавать собственный цифровой автопортрет (селфи, интерфейс) как образ на публику [Mirzoeff 2016].

Книга искусствоведа и фотографа Аны Пераки **“Culture of the selfie: Self-Representen-**

tation in contemporary visual culture” (2017) стремится рассмотреть селфи как составную часть богатой традиции автопортрета, при этом предложив собственную оригинальную и методологически сложную концепцию данной визуальной практики. Следует отметить, что материалом данного исследования становятся не повседневная культура селфи, а селфи в искусстве, то есть арт-практика. Исключение составляют всего несколько глав, в которых селфи, созданные не-художниками (например, в онлайн-тренде The Selfie Olympics), демонстрируют эксцентричность на грани эпатажа.

Прежде всего Пераика утверждает, что изображение «Я» на автопортрете «иконографически непроницаемо, дисфункционально, нечитабельно и закрыто» [Peraica 2017: 10]; подобным образом и селфи «в иконографическом смысле совершенно бессмысленны» [Там же]. Автопортрет и селфи отсылают к самим себе и, с искусствоведческой точки зрения (если не призваны продемонстрировать авторский стиль или концепцию), могут быть расценены как курьезы, наброски, безделки. Исследовательница задается вопросами: является ли селфи, сделанное художником, искусством? Является ли селфи формой искусства, если оно указывает на вопрошание художника о самом себе или собственном стиле?

Среди поднимаемых автором тем также усовершенствование процесса съемки фото-

камерами (Agfa, Kodak, Polaroid, цифровая камера, фотокамера смартфона), демократизация автопортрета, сейчас доступного представителям всех классов. Исследовательница полагает важным размышлять о правилах перспективы, евклидовой геометрии, отличать зеркала и зеркальные поверхности при создании автопортретов от других технологий визуализации, а также нюансировать их разную роль в истории искусства. Уместно излагаются дискуссионные теории, например, известный тезис Хокни-Фалько о ключевом значении выпуклого зеркала в истории живописи, который вызвал ряд контраргументов с позиций оптики и истории науки. Практики самонаблюдения (автопортрет) преподносятся как история использования зеркала и линз, а практики фиксации и сохранения информации о себе (фотография и селфи) как история современных технических медиа, от фотокамеры с затвором 1918 г. до цифровых камер.

Кроме того, автор подчеркивает необходимость обращения к фигуре зрителя для понимания феномена селфи, демонстрирует особенности самоописания, указывает на этические проблемы и даже психические расстройства, возникающие как следствие навязчивого самонаблюдения (одно из них получило оригинальное название “photographic personality disorder”), а также предлагает большое количество схематических изображений, показывающих физическое положение снимающего, зеркала, зрителя и пр.

Как утверждает Пераика, автопортреты – визуальные парадоксы, так как «Я» в них существует и на позиции субъекта и на позиции объекта, а также является условным «зрителем». Классический миф о Нарциссе трактуется как миф о саморефлексии, а не о самовосприятии, так как в мире Нарцисса нет никого, кроме него самого. С другой стороны, если в созерцание отражения включается зритель, то впору говорить об Эхо, а вместе с ней и о социальных элементах, включенных в концепцию автопортрета и селфи.

Прикладывая идеи пространственной концепции Лефевра, исследовательница проводит разделение трех пространств (зрителя, объекта и субъекта), а также выделяет их общее пространство как пространство диалога в фотографии. Среди ключевых понятий – «создание перспективы», то есть способность внушать дистанцию между субъектом и объектом, «субъективация пространства» и «объективация «Я»». Кроме этого, одна из концептуальных позиций книги – выявление смысла присутствия или исчезновения пространства «за спиной» изображаемого на автопортрете человека.

Книга дает сжатый, но информативный обзор истории автопортрета как жанра, впрочем, трактуемого широко. Так, к ранним примерам автор относит скульптуры египетских фараонов, автопортреты в древнегреческом искусстве, упомянутые в письменных источниках, и даже средневековые

портреты Христа («божественные автопортреты»). Демонстрируемое владение ремеслом и желание снискать положение в обществе подчеркивается при обращении к автопортретам Мантеньи, Перуджино, да Винчи и Рембрандта. Однако в случае Дюрера и Рембрандта важен также акцент на самопознании. Значение плоского или выпуклого зеркала при создании автопортрета привлекает внимание (как и в других классических работах по искусству автопортрета) в разделах, посвященных Вазари и Пармиджанино. Популярная тема изображения себя мертвым, как и в книге Мирзоева, разрабатывается на примере Баярда. В отдельной главе исследования, названной «В зеркале Персея», Пераика вернется к макабрическому сюжету (смерть, похороны, селфи на фоне трупа и пр.) в истории фотографии.

Интересны размышления о модернистском, авангардном и постмодернистском автопортрете, часто искажающем телесные очертания в поисках подлинного «Я», а также проблематизация всякой завершенности портрета личности и сам художественный язык автопортрета (Боччони, Деперо, Дюшан, Ман Рей, Лисицкий и др.). Кроме того, отмечается тенденция к перформативности «Я», конструировании собственной личности на фотографическом автопортрете. Пераика связывает эти изменения с развитием психоанализа, в ряде случаев говорит об эксгибиционизме и вуайеризме, стремлении

фотографов захватить ощущение или временное настроение, играть с гримасами и сознательно конструировать совершенно новую личность на фотопортрете. Ранним случаем селфи-практики в ее современном значении оказался эксперимент с фотографией знаменитого Эгона Шиле, использовавшего «жест» и эксцентричные выражения лица. Кроме того, он смотрел прямо в камеру, используя ее одновременно как инструмент нарциссистического наслаждения и общения с публикой. Говоря о современной «одержимости» селфи в искусстве, Перайки по разным поводам ссылаются на труды Лакана, Барта, Деррида и Фуко, приводит имена концептуальных художников, использующих селфи (Фридлендер, Самарас, Коплан, Клоуз), указывает на специфику феминистской фотографии (Шерман, Шер, Альперн).

Интригуют наблюдения Перайки над аудио- и видеозаписями, расшифровкой ДНК, сведениями о физических параметрах тела (температура, показатели зрения, активности мозга и пр.) как современными формами автопортрета. Очевидно, однако, что такие рассуждения лишают селфи одной из важнейших характеристик – (творческой) воли, ибо автор селфи не делает снимок сам, а только отбирает для художественной инсталляции уже готовые материалы, произведенные машиной. В актуальном искусстве фигура автора нередко упраздняется так-

же в интерактивных инсталляциях. Одним из первых интерактивных произведений, в которых художник общался с публикой, стал “Self-portrait as Another Person” (1966-8) Линн Хершман Лисон, состоящий из воскового слепка головы художницы, к которому была добавлена аудиокассета, запускаемая посетителем, входящим в галерею. Монография дает целый ряд примеров подобного рода, показывая, как задолго до появления самого понятия селфи, его практики возникли в авангардных художественных проектах.

Отмечаемое многими учеными качество моментальности процесса съемки селфи указывается Пераикой как фундаментальная характеристика: во время записи уже можно увидеть конечный результат.

Заметим, что другая характеристика селфи – отсутствие на селфи-изображении одной из рук, вариации «жеста» – обсуждается при обращении к мотиву рук на автопортрете живописном (Пармиджанино, Куделаки и др.) и фотографическом (Минккинен). Этот ряд может быть дополнен.

Отдельные главы оставляют впечатление самостоятельных разработок, включенных в книгу, но концептуально необязательных. Среди них – «Между унынием и безумием», рассматривающая психологические и психоаналитические аспекты в генезисе автопортрета (Мессершмидт, Баярд, Ван Гог, Кало и др.), при этом автор обнаруживает

сложный, иногда деструктивный, эмоциональный фон, сопровождающий как разговор художника с другими, так и с самим собой.

В заключении Пераика суммирует различия в средневековом, модернистском и постреалистическом познании себя и реальности. Так, современные селфи описывают автора как объект, а не субъект. Сама познаваемая реальность объективируется и опосредуется, будучи данной только посредством отражения «за спиной» у «объекта».

Доклады, прочитанные на конференции «#SELFIE-Imag(in)ING The Self in Digital Media», которая состоялась в Марбурге в 2015 году, легли в основу масштабной коллективной монографии **“Exploring the Selfie. Historical, Theoretical, and Analytical Approaches to Digital Self-Photography” (2018)**, общий вектор которой, согласно ее редакторам, определяется областью медиа-археологии [Eckel, Ruchatz, Wirth 2018]. Книга предлагает междисциплинарный подход к феномену селфи, который проявляет себя как в сочетании методов и аналитических практик разных областей гуманитарного знания (от медиаисследований, истории искусств, культурных и визуальных исследований до философии, социологии и этнографии), так и в сочетании двух основных подходов к исследованию селфи (онтология и функционирование).

Двадцать семь работ, включенных в монографию, указывают на необходимость (1) учета исторического контекста для оценки специфики селфи как феномена сетевой культуры, (2) формулировки теоретических концепций и моделей анализа для интерпретации селфи как репрезентации личности и изобразительного артефакта, с одной стороны, и как практику коммуникации и социального «производства себя», с другой, (3) демонстрации разнообразных практик селфи в аналитических кейсах.

Работа определяет селфи преимущественно как «практику изображения» (буквально, селфи – это и изображение, и действие), разрабатывает рабочую теоретическую и аналитическую терминологию, прекрасно изложенную редакторами во введении и центральной методологической статье издания “The Selfie as Image (and) Practice: Approaching Digital Self-Photography”.

References

- Allard, L., Laurent, C., Odin, R. (Eds.) (2014). *Téléphonie mobile et creation*. Paris: Armand Colin.
- Borba, M. (2016). *UnSelfie: Why Empathetic Kids Succeed in Our All-About-Me World*. New York: Touchstone.
- Dinhopl, A., Gretzel, U. (2016). Selfie-Taking as Touristic Looking. *Annals of Tourism Research* (57), 126–139.

Droitcour, B. (2013, October 24). A Selfie Is Not a Portrait. *Culturetwo.wordpress.com*. Retrieved from: <https://culturetwo.wordpress.com/2013/10/24/a-selfie-is-not-a-portrait> (date of access: 25.11.2018).

Eckel J., Ruchatz J., Wirth S. (Eds.) (2018). *Exploring the Selfie. Historical, Theoretical, and Analytical Approaches to Digital Self-Photography*. Marburg: Palgrave Macmillan.

Eckel J., Ruchatz J., Wirth S. (2018). The Selfie as Image (and) Practice: Approaching Digital Self-Photography. In *Exploring the Selfie. Historical, Theoretical, and Analytical Approaches to Digital Self-Photography*. Marburg: Palgrave Macmillan, 1–24.

Frosh, P. (2015). The Gestural Image: The Selfie, Photography Theory, and Kinaesthetic Sociability. *International Journal of Communication* (9), 1607–1628. Retrieved from: <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/3146/1388> (date of access: 25.11.2018).

Gunthert, A. (2018). The Consecration of Selfie: A Cultural History. In *Exploring the Selfie. Historical, Theoretical, and Analytical Approaches to Digital Self-Photography*. Marburg: Palgrave Macmillan, 27–48.

Hall, J. (2014). *Self-portrait. A cultural history*. London: Thames & Hudson.

Holden, R. (2013). Oxford Dictionaries Word of the Year for 2013 is selfie! Retrieved from: <https://languages.oup.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2013> (date of access: 25.11.2018)

Loh, M. (2015). *Still Lives: Death, Desire and the Portrait of the Old Master*. Princeton: Princeton University Press.

Manovich, L., & Tifentale, A. (2014). Selfcity: Exploring photography and self-fashioning in social media. In D. Berry & M. Dieter (Eds.), *Postdigital aesthetics: Art, computation and design*. UK: Palgrave Macmillan, 109–122.

Mirzoeff, N. (2016). *How to See the World: An Introduction to Images, from Self-Portraits to Selfies, Maps to Movies, and More*. New York: Basic Books.

Selfie (definition). Dictionary.com and Oxford University Press (OUP). Retrieved from: <https://www.lexico.com/en/definition/selfie> (date of access: 25.11.2018).

Palmer, D. (2010) Emotional Archives: Online Photo Sharing and the Cultivation of the Self, *Photographies, Archive and Memory* (3), 155–171.

Peraica, A. (2017). *Culture of the selfie: Self-Representation in contemporary visual culture*. Amsterdam: Institute of Network Cultures.

Rettberg, J.W. (2014). *Seeing Ourselves through Technology: How We Use Selfies, Blogs and Wearable Devices to See and Shape Ourselves*. New York: Palgrave Macmillan.

Saltz, J. (2015). Art at Arm's Length. A History of the Selfie. In *Ego Update: The Future of Digital Identity* (Ed. by Alain Bieber), Düsseldorf: NRW-Forum, 30–49.

Senft, T.M., Baym, N.K. (2015). What Does the Selfie Say: Investigating a Global Phenom-

anon. *International Journal of Communication* (9), 1588–1606. Retrieved from: <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/4067/1387> (date of access: 17.11.2018).

Tifentale, A. (2015). *Making Sense of the Selfie: Digital Image-Making and Image-Sharing in Social Media*. *Scriptus Manet* (1), 47–59.

Waggoner, D. (2007). *The Art of the American Snapshot 1888-1978*, Princeton: Princeton University Press.

Wendt, B. (2014). *The Allure of the Selfie: Instagram and the New Self-Portrait*. Amsterdam: Institute of Network Cultures.

NEW BOOKS ON SELFIE

Olga A. Dzhumaylo, Full Professor (Philology), the Head of the Department of World Literature and Criticism at Southern Federal University (Rostov-on-Don, Russia); e-mail: dzum2@yandex.ru

Abstract. The article offers a coverage of the scholar assessment of the selfie phenomenon. It is emphasized that in contrast to popular literature, pathologizing the culture of selfies, academic sources offer analytical tools for understanding the popular genre of modern visual culture, the study of which is constantly complicated by the rapid development of a variety of technical possibilities of shooting selfies. Formulation of the conceptual field of selfies, nuancing of genre features, reviewing of social and performative functions, evaluation of the context and parameters of the digital environment, as well as the effects of the culture of selfies are constantly supplemented, explained and clarified by scholars, working at the intersection of several fields of science. Among them are media and digital culture studies, sociology, psychology, ethnography and folklore, narrative and visual studies, history of photography and fine arts.

The approaches in the focus of which the image itself, i.e. technical and aesthetic parameters of the selfie, its definition, typology, genre outlines; and approaches aimed at the practice and function of the selfie, i.e. its communicative and social parameters. Special attention should be paid to the point of view of the Genesis of selfies, its comparison with the genre and practice of traditional pictorial self-portrait and photo portrait, usually included in the work of art historians and sociologists, researchers of visual culture and digital media. The review highlights the recently published studies “Allure of the Selfie: Instagram and The New Self-Portrait” (2014) by Brooke Wendt, “How to See the World: An Introduction to Images, from Self-Portraits to Selfies, Maps to Movies, and More” (2016) by Nicholas Mirzoeff, “Culture of the selfie: Self-Representation in contemporary visual culture” (2017) by Ana Peraika and collective monograph “Exploring the Selfie. Historical, Theoretical, and Analytical Approaches to Digital Self-Photography”, edited by Julia Eckel, Jens Ruchatz and Sabine Wirth.

Keywords: selfie, self-portrait, contemporary visual culture, digital communication, self-representation.

