

УДК 316.77:001.8

ББК С55.325.1:С55.57

Ч-411

И. В. Челышева
Таганрог, Россия

СЕЛФИ – ЗАВИСИМОСТЬ ИЛИ НОВОЕ ИСКУССТВО?

Статья посвящена анализу основных исторических аспектов развития фотографического искусства, тенденций и перспектив исследования феномена селфи в медиаобразовательном контексте. Автором рассматривается роль селфи в жизни современного подрастающего поколения и потенциальные возможности исследования данного явления.

Ключевые слова: медиа, медиакультура, фотография, селфи, медиаобразование.

I. V. Chelysheva
Taganrog, Russia

SELFIE - DEPENDENCY OR NEW ART?

This article analyzes the main historical aspects of the development of photographic art, trends and prospects of the study of the phenomenon of self in the context of media education. The author examines the role of the self in the modern younger generation and the potential of the research of this phenomenon.

Keywords: media, media culture, photography, self-media education.

История отображения визуальных образов уходит в глубь веков. Визуальные (зрительные) образы привлекали человека во все времена: он создавал их в вооб-

ражении, пытался материализовать при помощи масок или сакральных изображений, рисунков. Прародителями фотоискусства считаются гравюры, ксилографии, клише и живопись.

В XVII–XVIII веках человечество, наряду с живописью, осуществляло попытки запечатлеть различные образы, экспериментируя с различными химическими соединениями.

Наконец, в XIX столетии, благодаря экспериментам фотографа Жозефа Нисефора Ньепса и химика Луи Жака Манде Дагерра стал возможен новый тип изображения, названный дагерротипом.

Практически одновременно Вильям Тэлбот также заявил об изобретении фотографии. Нужно признать, что фотоснимки Тэлбота значительно уступали дагерротипам в качестве, но, одновременно, имели и существенное преимущество – их можно было тиражировать. «Фотография сыграла почти такую же решающую роль в создании разрыва между простым механическим индустриализмом и графической эпохой электронного человека. Шаг из эпохи Книгопечатного Человека в эпоху Графического Человека был сделан с изобретением фотографии» [Маклюэн, 2003].

Человечество увидело в изобретении фотографии возможность зеркально отобразить все, что происходит в жизни. Позже, с развитием технологий фотосъемки, полное сходство снимка с изображаемым предметом уже не имело такого значения, которое придавалось на заре фотографической эры.

Только после того, как фотомастера начали создавать так называемые художественные фотографии, мир заговорил о художественной, эстетической стороне нового техногенного искусства. «Художник не мог более изображать мир, который повсюду только и делали, что фотографировали. Вместо этого он обратился к раскрытию внутреннего творческого процесса в экспрессионизме и абстрактном искусстве» [Маклюэн, 2003]. Более важным в фотографическом снимке стали признаваться художественные выразительные средства, собственное видение фотографом мира через объектив. Иными словами, из статуса тех-

нического изобретения, фотография трансформировалась в артефакт техногенного искусства. И одним из первых в художественной фотографии появился жанр портрета. Портретные изображения людей можно было увидеть в конце XIX – начале XX веков в очень модных тогда фотоальбомах.

Появление и развитие фотографии, сначала как технологии, а позже – и как нового вида искусства, стало стимулом для дальнейшего развития научного знания в области медиатехники. Этому способствовала возможность фиксации, отображения и хранения виртуальных образов предметов и явлений на фотографическом снимке.

Зеркальное изображение реальности, которое первоначально высоко ценилось человечеством в фотографии, обрастая технологическими приемами и новым отношением к фото как к произведению искусства, постепенно привело человека к пониманию того, что фотоснимок – не копия, а продолжение видения мира.

С возникновения фотографии и позже – экранных медиаискусств (кинематографа, телевидения), начался «iconicturn» (иконический поворот) в истории общества, который привел к постепенному вытеснению традиционной «книжной» культуры культурой экранной: наступила эпоха визуальных и аудиовизуальных образов.

В России фотографическое искусство было популярно практически с момента своего появления. К примеру, на рубеже XIX–XX вв. в нашей стране существовало Русское фотографическое общество, выходило около 20-ти тематических журналов: «Светопись», «Фотограф», «Фотографическое обозрение», «Фотографический вестник», «Свет», «Фотограф-любитель» и др.

После 1917 года появились периодические печатные издания, которые объединяли интересы кино- и фотолюбителей. Сюда, например, можно отнести журналы: «Фотокиноматографический вестник» (1919), г. Петроград; «Фотокино» (1920), г. Харьков; «Кинофот» (1922), г. Москва; «Вестник фотографии и кинематографии» (1923), г. Петроград и др.

Кинематограф и фотография неслучайно рассматривались как родственные техногенные искусства. Существенную связь между кино и фотографией подчеркивали в своих работах Л. Деллюк, Д. Вертов и другие известные режиссеры.

Воспитательные и развивающие возможности фотографического искусства были признаны еще в 1907 году, когда вышел первый выпуск журнала «Сине-фото». В этом журнале были помещены материалы, посвященные кино и фотографии.

В 1919 году открылось первое учебное заведение в нашей стране, готовящее профессиональных фотографов. Это был Высший институт фотографии и фототехники в Петербурге и др.

Увлечение детей и молодежи фотографией способствовало созданию собственной организации – ОДСКФ (Общество друзей советского кино и фотографии). Такие организации работали в Москве, Ленинграде, Томске, Омске, Подольске и других городах.

Несмотря на трудности того времени, каждая организация Общества стремилась приобрести собственную фотоаппаратуру, устраивала фотовыставки. С 1927 г. объединение «Советское кино» стало оказывать помощь юным фотографам и кинолюбителям: выделять для кружков фото пленку и киноаппаратуру.

Многие фото- и кинолюбители отправились в экспедиции для съемок разных уголков страны с профессиональными кинодеятелями и фотографами, которые передавали детям ценный опыт для будущей работы и организации новых ячеек ОДСКФ. Материальную поддержку фото- и кинолюбительству предоставляли профсоюзные и партийные организации.

В ОДСКФ была хорошо налажена и просветительская работа: регулярно проводились лекции, рейды, выставки и т. д. Для овладения основами любительской фото- и киносъемки ОДСКФ принял решение открыть специальные курсы, где вели учебные занятия П. Бляхин, Н. Зархи, А. Ромм, В. Пудовкин и др. К концу 20-х годов ОДСКФ стало самым массовым объединением в области культуры в стране, а к 1930 году количество его членов составляло около 110 тысяч человек.

С 1928 года в газете «Кино» (официальном печатном органе ОДСКФ), была открыта специальная рубрика «Страница кинофотолюбителя». Она освещала развитие фото- и кинодела.

Репортажи местной фотохроники выпускались регулярно и использовались во всесоюзных и местных киножурналах. Популярность фотографии и кино постоянно росла.

В 30–60-х годах XX века фотообъединения для детей и взрослых фотолюбителей делали акцент только на освоении фотоаппаратуры как технического средства. Появилось большое количество фотокружков в школах, которые готовили учеников к освоению фотоаппаратов, но почти не уделяли внимания развитию художественного воображения и эстетического воспитания средствами фотоискусства.

В годы Великой Отечественной войны фотолюбительство продолжало жить. Кроме репортажей фотохроники, которую готовили профессиональные фотокорреспонденты для газет и военных листков, снимались и любительские фоторепортажи.

В послевоенные годы постепенно восстанавливалась деятельность детских и юношеских фотосекций и фотокружков в школах, клубах, Дворцах пионеров и Домах культуры. Фотография, как и прежде, пользовалась довольно большой популярностью у юных любителей. Практически во всех детских и юношеских журналах, самыми крупными из которых были журналы «Пионер», «Костер», «Юный натуралист» и др., а также газета «Пионерская правда», были специальные фоторубрики, где печатались лучшие работы школьников. Редакции журналов и газет регулярно организовывали фотоконкурсы на лучшие детские работы. Фотоматериалы, которые печатали журналы и газеты для детей, были посвящены учебе в школе, отдыху в пионерских лагерях, участию школьников в общественных мероприятиях (субботниках, сборе металлолома и др.), охране природы и т. д.

К 70-80-м годам XX века появилось множество фотокружков в школах, Дворцах пионеров и школьников, клубах и других учреждениях для детей. Технически фотоаппаратура становилась все проще и не требовала долгого обучения навыкам съемки. Многие руководители кружков видели свою главную задачу в развитии художественного вкуса детей и молодежи средствами фотографии, рассказывали школьникам об истории фотографии, ее великих мастерах. Фотокружки постоянно проводили выставки, где демонстрировались лучшие работы юных фотографов.

В 90-х годах популярность фотографического искусства в детской и молодежной среде несколько снизилась. Это было связано и с финансовыми проблемами, и с распространением Интернета.

Кроме того, на рубеже XX и XXI вв. появилось новое поколение фотоаппаратуры, которое значительно упростило работу фотохудожников. Открытие большого числа фотомастерских позволило каждому ребенку без труда распечатать любой фотоматериал. Появились специальные компьютерные программы для работы с фотоизображениями.

Уже ни для кого не секрет, что жизнь современных детей и подростков тесно связана с медиа. Мобильные телефоны, планшеты, компьютеры и игровые приставки становятся неотъемлемой частью жизни любого ребенка. Медиа в современных условиях занимают одно из первых мест по уровню потребления и популярности среди школьников, являются комплексным средством освоения человеком окружающего мира в его социальных, моральных, психологических, художественных, интеллектуальных аспектах. Информационное поле постоянно пополняется новыми видами медиа – средствами создания, записи, копирования, тиражирования, хранения, распространения, восприятия информации и обмена ею между субъектом (агентством, автором) и объектом (аудиторией, адресатом). Уже достаточно трудно уследить за все увеличивающимся потоком медийной информации: появляются новые телевизионные каналы, периодические печат-

ные издания, интернетные сайты и т. д. Развитие медиатехнологий способствовало не только интеграции различных медиа, но и появлению новых возможностей их использования.

Различные аспекты взаимодействия человека с миром визуальной медиакультуры (к которой относится фотография), нашли свое отражение в научных (педагогических, психологических, культурологических, социологических) трудах российских и зарубежных исследователей: М. Маклююэна (М. McLuhan), Э. Тоффлера (А. Toffler), Г. Маркузе (Н. Marcuse), Ж. Бодрийяра (J. Baudrillard), С. Бок (S. Bok), Д. Кантор (J. Cantor), Л. Мастермана (L. Masterman); Л. М. Баженовой, Е. А. Бондаренко, М. И. Жабского, В. В. Савчука, В. С. Собкина, А. Сидельникова, Л. Найденовой, К. А. Тарасова, Г. В. Солдатовой, Е. Ю. Зотовой, А. И. Чекалиной, О. С. Гостимской, Н. Ф. Хилько, А. В. Федорова, А. В. Шарикова и др.).

К наиболее известным научно-популярным изданиям зарубежных авторов по проблемам фотографического искусства можно отнести: книгу английского фотографа Ли Фроста (2004), посвященную коммерческому успеху фотографической продукции; научно-популярное издание Д. Хеджкоу (2005) о создании различных техник фотоискусства; издание Б. Хартера об искусстве портретной фотографии; книгу Б. Петерсона (2011), где описывается экспозиционная передача визуальных образов в фотографии и др.

В научно-популярных изданиях российских авторов также рассматриваются самые разные аспекты фотографического искусства. К примеру, научно-популярное издание А. С. Капусткина (2011) посвящено правовым вопросам, с которыми сталкиваются фотографы и фотокорреспонденты; издание А. Ю. Газанова (2011) адресовано начинающим фотографам и представляет собой краткое руководство по созданию фотографий разных жанров и т. п.

Проблемы развития современных медиа, в частности – визуальной медиакультуры, и ее роли в жизни современного человека, рассматриваются в научно-популярных и публицистических изданиях Д. Рашкоффа (2003); Д. Брайанта и С.

Томпсон (2004), М. Метис (2005); А. И. Черных (2007); Н. Больц (2011); К. Бруган и Д. Смит (2013); Н. Франка (2013); О. Киреева (2006); Л. Райс (2014) и др.

Большинство поклонников нового медиаувлечения – молодежь. Одним из самых известных исследовательских проектов о селфи является Selfie City (кстати, удостоенный звания «Лучшего сайта визуализации данных» 2014 года и награжденный престижной премией KantarInformationisBeautifulAwards) [Losh, 2014]. Суть проекта SelfieCity заключалась в следующем. Ученые и разработчики Нью-Йоркского университета и Калифорнийского института телекоммуникаций и информатики под руководством Льва Мановича и Морица Штефанера попытались понять природу selfies-явления, распознать, что можно узнать об авторах селфи. Они собрали огромную базу снимков (656 тыс.) из Instagram и представили ее в виде инфографики, обновляющейся в интерактивном режиме. Эта гигантская работа позволила им провести сравнение стилей фотоснимков селфи из пяти городов мира: Бангкока, Берлина, Москвы, Нью-Йорка и Сан-Паулу – узнать эмоциональное состояние авторов по повороту головы, выражению лица и т. п. В результате кропотливой работы исследователям удалось выяснить, что на селфи-снимках чаще всего изображены молодые люди. Причем самым молодым городом среди «пятерки» крупных городов мира (средний возраст – 21 год) оказался Банкок, тогда как в Нью Йорке возрастная планка несколько выше и составляет чуть более 25 лет. Согласно этому исследованию, больше всего улыбчивых людей оказалось опять-таки в Банкоке, а меньше всех – в Москве.

Молодое поколение стремится к самостоятельности, создавая собственное социальное пространство в медиамире. Как правило, школьники и молодежь легко и быстро овладевают техническими премудростями фотосъемки. Но в современных условиях этого недостаточно, так как кроме хроникальной точности, подлинное искусство фотографии способно передать характер, настроение, переживания автора, его восприятие мира.

Многие учебные заведения за рубежом предпринимают попытки изменить представление молодежи о селфи и приобщить подрастающее поколение к миру

подлинного фотоискусства. К примеру, один из Британских колледжей разработал учебный курс «Искусство автопортрета». В описании курса определены основные приоритеты, среди которых «критическое понимание фотографического автопортрета». Здесь не будут учить делать селфи в зеркале ванной комнаты, зато обучат таким понятиям, как светочувствительность, апертура и выдержка, а также использованию этих функций для создания фотографий [Сычев, 2015].

Сегодня селфи повсеместно используется как для привлечения внимания к социальным проблемам (как, например, к изучению правил дорожного движения), так и в рекламных и маркетинговых целях. К примеру, для продвижения продукции на рынке в наше нелегкое время кризиса существует следующий прием: «Необходимо взять «звезду» в минимальном количестве одной штуки, вручить ей товар/поставить ее на фоне товара. В идеале товар должен смотреться в кадре достаточно естественно, но различимо. Идеально подойдет для: средств личной гигиены, одежды, носимых гаджетов и т. д. Схожую схему можно использовать, если «звезда» или мероприятие с ее участием сами являются объектом продвижения» [Дим, 2014].

Фотографическое искусство, объединившее в себе традиции живописи, литературы, обладает богатыми возможностями в осуществлении эстетического воспитания, развития творческого потенциала и самовыражения. Для того, чтобы фотография стала произведением искусства и обрела художественную ценность, необходимо уметь разглядеть необычное в привычных предметах и явлениях, понять их сущность, оценить их красоту и самобытность.

Известно, что творческой активности способствуют создание благоприятной атмосферы, доброжелательность оценок со стороны окружающих. Поощрение оригинальных высказываний, интересных творческих идей является хорошим средством для развития творческого потенциала и полноценного медиавосприятия.

Как любое увлечение, связанное с интересом и сопровождающееся соответствующей деятельностью, селфи оказывает определенное влияние на познавательную, деятельностную, эмоциональную, поведенческую стратегию детей и молодежи.

Селфи выступает своеобразным инструментом самопрезентации личности, демонстрации определенных атрибутов своей успешности. Существенную роль здесь играет необходимость в одобрении, поддержке, установлении позитивного контакта с другими людьми. Неслучайно многие так называемые селферы стремятся создать собственный идеальный (в их понимании образ). Им необходимо обозначить свое присутствие в обществе, получить положительную оценку, подкрепив тем самым самооценку и обрести уверенность в себе.

Многие современные дети и подростки ощущают дефицит общения. Несмотря на активное развитие социальных сетей, которые, на первый взгляд, и созданы для общения, у многих пользователей (особенно юных) возникает ощущение изоляции от внешнего мира, ненужности. Такая ситуация также чревата стремлением во что бы то ни стало проявить себя и обозначить свое присутствие в жизни общества.

Еще один скрытый механизм селфи заключается в возможной неудовлетворенности растущего человека в других сферах жизни, где он проявить себя не в состоянии. Например, подросток, испытывающий существенные трудности в учебе, и не находящий в себе силы исправить ситуацию, компенсирует собственные неудачи так называемыми экстремальными «успехами», делая собственные снимки в опасных и труднодоступных для сверстников местах. В этом случае селфи служит атрибутом самоутверждения, хотя в данной ситуации самоутверждения очень спорного, а порой и очень опасного. Статистика смертей вследствие опасных селфи-снимков за 2016 год свидетельствует о том, что Россия в этом страшном рейтинге занимает второе место в мире, уступив место лишь Индии... [Статистика..., 2016].

Можно по-разному относиться к селфи – как к стремлению показать себя во всей красе и удивить мир собственной персоной, как к выражению в снимке одиночества современного человека, либо как к прихоти «золотой молодежи» для демонстрации своей беспроблемной жизни... Но тот факт, что данный феномен нуждается в осмыслении и изучении, становится очевидным как для психологов и педагогов, так и для исследователей медиакультуры и медиаобразования.

Библиографический список

1. *Дим В.* Пять вариантов использования селфи в маркетинге // [Электронный ресурс]. URL: <https://adindex.ru/publication/opinion/internet/2014/12/22/118727.phtml> (дата обращения 31.03.2017).
2. *Маклюэн М.* Понимание медиа: внешнее расширение человека. М.: Жуковский: «Канон-пресс-Ц», 2003. 464 с.
3. Статистика: Россия вошла в тройку лидеров по количеству смертей от селфи // [Электронный ресурс]. URL: <http://planet-today.ru/novosti/tekhnologii/item/34718-statistika-rossiya-yoshla-v-trojku-liderov-po-kolichestvu-smertej-ot-selfi> (дата обращения 31.03.2017 г.).
4. *Сычев В.* Британский колледж приглашает на курсы идеального селфи // [Электронный ресурс]. URL: <https://geektimes.ru/post/243999/> (дата обращения 31.03.2017).
5. *Losh E.* Beyond Biometrics: Feminist Media Theory Looks at Selfie city // [Электронный ресурс]. URL: http://d25rsf93iwlmgw.cloudfront.net/downloads/Liz_Losh_BeyondBiometrics.pdf (дата обращения 31.03.2017).

References:

1. Dym V. (2014). Five ways to use selfie in the marketing // [Electronic resource] URL: <https://adindex.ru/publication/opinion/internet/2014/12/22/118727.phtml> (date of circulation: 10.01.2017). (In Russian).
2. Losh E. Beyond Biometrics: Feminist Media Theory Looks at Selfie city // [Electronic resource]. URL: http://d25rsf93iwlmgw.cloudfront.net/downloads/Liz_Losh_BeyondBiometrics.pdf (in English)
3. McLuhan M. (2003). Text understanding: external expansion of a person. M.: Zhukovskiy: «Kanon-press-C», 2003. 464 p. (In Russian).
4. Sychev V. British college invites to study a perfect selfie // [Electronic resource]. URL: <https://geektimes.ru/post/243999/> (date of circulation: 10.01.2017). (In Russian).
5. The statistics: Russia was included into the top three by the number of death from selfie. [Electronic resource] URL: <http://planet-today.ru/novosti/tekhnologii/item/34718-statistika->

[rossiya-voshla-v-trojku-liderov-po-kolichestvu-smertej-ot-selfi](#) (date of circulation: 10.01.2017). (In Russian).