**Алексикова Ольга Николаевна**

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова

Факультет иностранных языков и регионоведения

[olga\_aleksikova@hotmail.com](mailto:olga_aleksikova@hotmail.com)

Феномен самопрезентации в автобиографических комиксах

Аннотация

В современном обществе можно наблюдать устойчивый рост доли визуальной культуры в общем культурном поле, и на этом фоне естественным предстает появление различных автобиографических произведений, стремящихся осмыслить человеческую жизнь посредством образов. Настоящая статья посвящена анализу форм самопрезентации в автобиографических комиксах. На примере работ Арта Шпигельмана, Маржан Сатрапи и Элисон Бэкдел рассматриваются различные способы, с помощью которых авторы создают свой образ в произведении. Основное внимание уделяется визуальной составляющей самопрезентации автора.

Ключевые слова: самопрезентация, автобиографизм, комикс, самоидентификация, визуальная культура.

Abstract

Nowadays we can observe the steady growth of the role of the visual component in the sphere of culture and it is of no surprise that there appear various autobiographical works in which the human life is interpreted by the means of images. The article deals with the forms of self-presentation in the autobiographical comic books. Drawing on the example of works by Art Spiegelman, Marjane Satrapy and Alison Bechdel the article analyses how the author creates the image of self. The article focuses on the visual constituent of the self-presentation of the author.

Key words: self-presentation, autobiographism, comics, self-identification, visual culture.

Феномен самопрезентации в автобиографических комиксах

В современном обществе проблема идентичности и самоидентификации становится острой, как никогда. В условиях повышенной социальной мобильности, возможности быстрого перемещения в пространстве и интернет-коммуникации, нивелирующей расстояния и временные ограничения, кризис идентичности превращается в массовое явление, а поиск новой идентичности становится жизненно важной задачей.

Коренные изменения во всех сферах общественной жизни, начавшиеся со времен промышленной революции, привели к тому, что идентичность перестала быть аскриптивной. Даже такие, казалось бы, врожденные уровни идентичности, как гендерная, половая идентичность, больше не являются предписанными. Ответственность за «выбор идентичности» ложится на индивида, который вынужден собирать ее по кусочкам. Современные технологии дают огромное поле выбора для самоидентификации, однако это не облегчает задачу, а, наоборот, усложняет ее. Трудности с самоидентификацией становятся причиной психологических проблем, ведут к внутренним противоречиям и кризису идентичности.

В связи с этим особое внимание следует обратить на такой феномен, как самопрезентация. Она приобретает особое значение в обществе, где существует множество путей для самоопределения и человек вынужден постоянно декларировать свою идентичность. В широком смысле самопрезентация – это активность, направленная на управление впечатлением, которое индивид производит на окружающих　[2]. В ходе самопрезентации актуализируются определенные элементы идентичности, которые могут уточняться, корректироваться, закрепляться. Это не просто демонстрация, она ориентирована на обратную связь и обычно сопровождается саморефлексией.

Процесс самопрезентации всегда был и остается неотъемлемой частью взаимодействия индивидов, однако он также претерпевает определенные изменения. Так, во многом функции самопрезентации переняло современное искусство. Самопрезентация принимает здесь разнообразные формы, неудивительно, что даже само тело художника зачастую становится предметом искусства. В данной работе речь пойдет о таком феномене, как автобиографический комикс. Он представляют большой интерес, в том числе с точки зрения самопрезентации: к самому процессу самоидентификации и самопрезентации, характеризующих создание автобиографического текста, здесь добавляется также специфика визуального мышления, которое в последнее время стало объектом исследования отдельного научного направления.

В настоящее время принято говорить о «визуальном повороте» в обществе, в самом способе человеческого мышления. Г. Маклюэн писал об эпохе Гутенберга, начавшейся с возникновением печати и возможности массового тиражирования печатного текста: эта эпоха завершила этап акустической трансляции опыта и поставила тексты, а с ними и зрение во главу угла [1]. XIX и XX века принесли с собой новые технологии (фотография, телевидение), которые привели к очередному сдвигу акцентов: наша эпоха – это эпоха образов.

До 90% информации мы получаем через зрительный канал, поэтому неудивительно, что визуальное играет очень важную роль в жизни человека. Однако сейчас значение его еще больше возросло: нас повсеместно окружают экраны, щиты с рекламой, постеры, знаки, пиктограммы, указатели, эмотиконы и т.п. Где это возможно, текстовые сообщения замещаются графическими. Любопытно, что текстовый интерфейс компьютера был быстро заменен пространственным, образным его представлением, а отдельные открытые программы так и называются – «окна» (в сущности, визуальная метафора). Огромной популярностью пользуются «стрипы» (англ. “comic strips”) – короткие комиксы всего в несколько фреймов, которые сейчас успешно конкурируют с классическими анекдотами. Симптоматично также, что большинство постов на «стенах» в социальных сетях представляют собой короткий текст в сопровождении картинки или же текст, который является частью картинки: иначе его просто не заметят в потоке информации. Повсеместно можно наблюдать крен в сторону визуализации, и появление серьезных графических романов и автобиографий органически связано с этой тенденцией.

Если говорить о судьбе такого явления, как автобиографизм, в современной культуре, то нужно отметить устойчивый интерес к нему. Жанр автобиографии весьма популярен в наше время. Вероятно, эта популярность напрямую связана с особенностями самоидентификации в современных условиях. Внимание к автобиографическим текстам обычно возрастает в переломные моменты истории, когда прерывается привычное течение жизни и индивиду приходится самому выбирать идентичность. В ситуации, когда идентичность больше не предписывается, каждый опыт ее построения уникален – отсюда интерес к персональному решению этой задачи. Каждая автобиография в определенном смысле – это акт самопрезентации автора, и у комиксов здесь есть своя специфика.

Автобиографические комиксы – явление достаточно новое. Принято считать, что они появились в 1970-е годы в США [8]. Первооткрывателями жанра автобиографии в формате комикса называют таких известных авторов, как Джастин Грин, Роберт Крамб, Харви Пекар и Арт Шпигельман. В своих работах они обратились к детским воспоминаниям, семейной истории и описанию повседневной жизни, что было настоящей революцией на фоне процветавших в то время андеграунд-комиксов, главной тематикой которых были насилие и секс. Конечно, и до этого в комиксах раскрывались серьезные темы, некоторые издательства выпускали различные образовательные серии, однако отношение к этому медиуму всегда оставалось выраженно негативным. Создание в 1954 году совета, контролирующего содержание выпускаемых комиксов и проводящего политику жесткой цензуры (The Comics Code Authority) привело к выхолащиванию сложных сюжетов и проблем даже из тех немногочисленных работ, которые были рассчитаны на более зрелую аудиторию, а также породило бурное развитие андеграунд-комиксов (comix), окончательно порвавших с традиционной моралью [9]. Все это только ухудшило репутацию комиксов среди широкой публики. Во многом именно серьезные автобиографические работы, такие как *Maus* Арта Шпигельмана, повлияли на изменение отношения к формату комикса в целом, доказав, что он подходит для раскрытия самых серьезных тем и вопросов.

В чем же заключается главное отличие комикса от прозы? Особенность визуального образа заключается в том, что он непосредственно воздействует на психику. Он моментально отпечатывается в сознании и передает определенное настроение. Изображение, в отличие от текста, предстает перед глазами читателя целиком, ему не нужно разворачиваться во времени – и в этой возможности прямого воздействия и состоит его преимущество. В случае комикса ситуация немного сложнее: он так же, как и текст, должен быть прочитан в определенном порядке, но это не отменяет всего вышесказанного об образе.

Следует отметить, что комикс – это именно нарисованная реальность, а не просто текст, сопровождаемый иллюстрациями, в качестве которых для большей правдоподобности можно было бы использовать фотографии. Разница между фотографией и рисунком колоссальна: если фотография – это механически запечатленная реальность, то рисунок – это чисто субъективное творение художника. Здесь для автора открывается множество путей для самовыражения.

Какими средствами художник презентует себя? В тексте самопрезентация осуществляется при помощи определенных языковых средств: глаголов восприятия, ориентированных на себя; имен собственных - личных, статусных, образных самонаименований; оценочных прилагательных [3, c 529]. Все это можно найти также и в автобиографических комиксах: роль текста в них очень велика, что становится очевидным, если сравнивать их, например, с комиксами MARVEL или DC о супергероях, где сюжеты не отличаются особой сложностью и основную часть действия можно выразить через графику. Потребность передать мысли и чувства в автобиографическом комиксе заставляет художника искать верное соотношение между словами и образами, чтобы одна составляющая не подавляла другую, а дополняла. В тех случаях, когда это не удается, комикс может превратиться в последовательность говорящих голов, что фактически нивелирует все те преимущества, которые дает использование образа.

Помимо вербальных, автобиографические комиксы обладают различными визуальными средствами самопрезентации: аватар, характерные жесты и черты, общий стиль, окружающее пространство – все это служит для создания образа автора. Конечно, центральный элемент самопрезентации – это образ автора, его автопортрет, или аватар. Автор стремится передать в нем какие-то характерные черты своей внешности, жесты, типичные выражения лица, стиль одежды и т.п. Все эти элементы – часть самопрезентации, которая протекает в реальной жизни (то, что используется повседневно для создания определенного впечатления у других людей).

Однако помимо этого есть и чисто художественные средства, выраженные самим рисунком: стилизован ли образ автора, есть ли в нем портретное сходство, использует ли автор особые изобразительные приемы? Здесь открываются необозримые просторы для творчества. Любопытный пример – нашумевший комикс американского художника Арта Шпигельмана о холокосте *Maus*, где автор и его отец (и евреи в целом) представлены в виде мышей, а фашисты – в виде котов. В некотором роде такой ход позволяет подняться над индивидуальным, выводит на уровень общенациональной трагедии. Образы персонажей особенно не дифференцированы: это мог бы быть рассказ о любом из пострадавших в холокост (хотя при этом история остается глубоко индивидуальной). Важно, что животная метафора вовсе не означает, что евреям, полякам, немцам приписываются аллегорические качества тех животных, в виде которых они изображены: она лишь позволяет создать атмосферу хищничества и преследования. Сам А. Шпигельман говорил, что этот «шифр» позволил ему более прямо обращаться с материалом, т.к. он сам не был свидетелем описанных событий и поэтому не смог бы передать все аутентично [9, c 102].

Стиль иранской художницы Маржан Сатрапи совершенно другой: в «Персеполисе» при высокой степени стилизации, плоскостности изображений, присутствует и портретное сходство. Лаконичность, графичность рисунков, крупные пятна заливки, отсутствие четко проработанного пространства создают ощущение фундаментальности. В изображениях людей М. Сатрапи позволяет себе определенную свободу: зачастую она использует искажения, которые превращают лицо в маску, икону, знак. Здесь не важна реалистичность, важно лишь эмоциональное впечатление, которое несет рисунок. Композиции нередко подражают древним персидским изображениям с их особым ритмом, раскрывая содержание национальной идентичности автора.

Американская художница Элисон Бекдэл, в отличие от М. Сатрапи, придерживается реалистичного изображения. Несмотря на определенную степень упрощения, портретное сходство в комиксах *Fun Home* и *Are You My Mother?* фактически полное. Много внимания она уделяет проработке фонов, в ее автобиографических работах почти нет пустых фреймов без фона (в основном это крупные планы, где фон только отвлек бы внимание). В комиксе “Fun Home” детализированные интерьеры служат для раскрытия образа ее отца и характеризуют саму художницу как внимательного наблюдателя. Э. Бекдэл подробно изображает свои жесты, мимику, действия, стремясь создать эффект *документального* текста (в широком смысле этого слова), передающего факты без искажений. Ее отношение к правдивости в автобиографии ярко прослеживается в эпизоде, где она рассказывает о своем детском рисунке сексуального содержания: “To my great relief, I can’t reproduce it here because my mother threw it out” («Хорошо, что я не могу воспроизвести его здесь, потому что моя мама выкинула его») [7, c 143].

Итак, в автобиографических комиксах есть множество интересных приемов самопрезентации, связанных с визуальной сферой. Создавая автобиографическое произведение, автор анализирует свою жизнь, отбирает значимые с его точки зрения факты и события, организует недифференцированный поток жизни, определенным образом расставляя акценты и «верстовые столбы». Сам этот процесс тесно связан с построением своей идентичности в тексте, но он также влияет на то, как автор воспринимает себя, позволяет осмыслить поворотные моменты и построить дальнейшую стратегию самоидентификации и самопрезентации. Через выбор стиля, определенных приемов и средств изображения, автор создает свой образ в тексте, стремясь передать нужный ему эффект, транслировать читателю нужное представление. Не обязательно это должно быть идеальное «Я»: автор может показать и свои нежелательные стороны. В любом случае, самопрезентация имеет четкую цель, которая достигается за счет различных приемов (как визуальных, так и вербальных).

Подводя итоги, нужно сказать, что анализ такого специфического феномена современной культуры, как автобиографический комикс, и свойственных для него способов самопрезентации автора, поможет проследить изменения, коснувшиеся процесса самоидентификации личности в целом, и увидеть особенности построения идентичности в рамках современного общества.

**Литература**

1. Маклюэн, М. (2005). *Галактика Гуттенберга: Становление человека печатающего. (The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man). – М.: Академический проект. – 496 с.*
2. Пикулева, О.А. (2013). *Классификации самопрезентации личности: теоретические основания и проблемные аспекты* *// Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина №1/Т. 5. С. 63-69.*
3. Понятина, Т.Н. (2011). *Самопрезентация автора-повествователя как составной элемент коммуникативной структуры художественного текста* *// Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского № 6-2. С. 527-530.*
4. Сатрапи, М. (2014). *Персеполис: [автобиографический роман]. Пер с фр. Анны Зайцевой. – Санкт-Петербург: Бумкнига. – 356с.*
5. Шпигельман, А. (2014). *Маус. Рассказ Выжившего. ООО «Издательство АСТ».*
6. Bechdel, A. (2006)*. Fun Home: A Family Tragicomic. Houghton Mifflin Harcourt.*
7. Bechdel, A. (2013)*. Are you my mother? : A Comic Drama. Mariner Books. Houghton Mifflin Harcourt.*
8. Gardner, J. (2008). *Autography's Biography, 1972-2007. Biography, Vol. 31, No. 1, Autographics (winter 2008), pp. 1-26.*
9. Witek, J. (1989). *Comic Books as History. The Narrative Art of Jack Jackson, Art Speigelman, and Harvey Pekar. University Press of Mississippi.*