

Чеботарёва Наталия Андреевна

студентка

Филиал ФГБОУ ВО «Московский государственный
университет им. М.В. Ломоносова» в г. Севастополе

г. Севастополь

DOI 10.21661/r-469355

СЕЛФИ КАК ИНСТРУМЕНТ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ В СЕТИ «ИНСТАГРАМ»

***Аннотация:** в данной работе рассматривается феномен селфи как одного из видов визуального контента сети Инстаграм, ставшего инструментом репрезентации образа личности.*

***Ключевые слова:** изображение, селфи, фотография, самопрезентация, визуальный образ, Инстаграм, социальные сети.*

Большинство людей, владеющих доступом к интернету, являются активными пользователями социальных сетей, каждая из которых имеет свои отличительные характеристики и свойства. Сеть Инстаграм – это, в первую очередь, концентрация огромного количества визуальных данных, ведь главный объект коммуникации здесь – изображение. Ежедневно профили пользователей пополняются десятками миллионов фотографий, которые составляют истории жизней каждого отдельного человека. Так мы транслируем личное видение мира и себя самих, открывая его для широкого круга зрителей. Мы делимся тем, что составляет для нас ценность, значимость, и создаем тот образ себя, который будет восприниматься другими.

Одним из популярных видов изображений в последние годы (начиная с 2013) является селфи (англ. selfie) – автопортрет, фотография себя, сделанная самим фотографирующим. Именно селфи становится определенным «визуальным дневником» личности, с помощью которого можно проанализировать перемены в наших представлениях о том, как мы должны выглядеть и как мы можем презентовать себя. Смысл такой фотографии не только в том, чтоб увидеть

создаваемый образ себя со стороны, но главным образом в том, чтоб зафиксировать личные успехи и достижения, создать свою версию происходящего. Здесь мы стремимся реализовать наши желания, следуя определенным представлениям о красоте, которые нередко оказываются навязанными нам извне. Так, мы делаем серию селфи, выбирая для публикации только самый удачный кадр, после мы пропускаем его через фильтры, скрывая все недостатки, добиваясь того, чтоб человек на фотографии полностью соответствовал нашим идеальным представлениям о себе самих. Эту идею отражает Лев Манович, который пишет о том, что такие изображения стали не только новым способом самопрезентации, но и породили иные пути мышления и видения [1].

Есть несколько точек зрения, способствующих пониманию и анализу данного феномена. Согласно первой, селфи являются продуктом нарциссизма современной цифровой эпохи. Вторая утверждает, что селфи – феномен глобальной интернетизации и демократизации медиа, когда каждый человек в любой момент может сфотографировать себя и поделиться изображением с широкой аудиторией. Эту позицию подтверждает психоаналитическая теория «зеркального Я», согласно которой мы не способны на истинное восприятие себя, поэтому нуждаемся в мнении другого [2]. Третий подход воспринимает селфи как «реванш новоевропейского субъекта», который характерен для современного типа культуры [3]. Кроме того, изучая природу данного вида изображений, исследователи соотносят его с жанром автопортрета в западноевропейском искусстве. Предвестником селфи можно считать «Автопортрет в выпуклом зеркале» Франческо Пармиджанино, итальянского представителя маньеризма. Теперь благодаря появлению интернета и мобильных устройств с камерами, подключаемых к нему, такие автопортреты можно мгновенно снимать, редактировать, публиковать, а затем получать обратную связь в виде лайков (англ. like – нравится; отметка на фотографии) и комментариев.

Важно отметить, что с появлением селфи изменилось представление о классической схеме фотографии. В работе Ролана Барта «Camera lucida. Комментарии к фотографии» фотографический процесс составляют три фигуры: operator

(тот, кто снимает), spectrum (тот, кто изображен) и spectator (тот, кто рассматривает). Отдельно выступает «self-presenting man» – самопрезентующийся, тот, кто показывает себя [4]. В новых медиа именно эта роль становится главной, так как люди все больше пытаются произвести нужное впечатление о себе. Здесь селфи становится изображением, в котором фотограф и фотографируемый сливаются воедино, и важным является не событие, а исключительно сам человек, в котором соединяются все четыре роли. Такая «самопрезентующаяся» личность определяет себя посредством визуального образа, обязательно перед взором других и себя-Другого. Жан-Поль Сартр одним из первых исследовал существование человека посредством восприятия его Другим, тем, кто этого человека рассматривает [5]. Другой, по Сартру, это чужой, который смотрит и рассматривает, превращая человека в объект наблюдения, и тем самым для него очерчивая границу и видимый предел Другого.

Таким образом, селфи являются новым видом цифровых фотографий, с помощью которых каждый пользователь Инстаграм заявляет о себе как о личности, отличающейся от других, совершает акт самопрезентации, выражая свое Я через визуальный образ.

Список литературы

1. Манович Л. Инстаграм – это окно в мысли и воображение человека // МедиаПрофи. – 2015. – Режим доступа: http://mediaprofi.org/community/interview/item/2492-lev_manovich_instagram
2. Лакан Ж. О взгляде в качестве объекта а. Кн. 11: Четыре основные понятия психоанализа / Пер. с фр. М. Титовой, А. Черноглазова // Семинары. – М.: Гнозис; Логос, 2004. – С. 75–130.
3. Соколов Б.Г. Реванш новоевропейского субъекта: селфи // Вестник СПбГУ. – 2016. – Вып. 1. – Сер. 17. – С. 72–81.
4. Барт Р. Camera lucida. Комментарий к фотографии. – М.: Ад Маргинем Пресс, 2011. – С. 24–25.
5. Сартр Ж.-П. Бытие и ничто: Опыт феноменологической онтологии. – М.: Республика, 2000. 2000. – С. 282–290.