

Ан. А. Романова

An.A. Romanova

Тверской государственной университет, г. Тверь

Tver State University, Tver

**ДИСКУРСИВНЫЕ ПРАКТИКИ СЕЛФИ КАК ОСОБЕННОСТЬ
СЕТЕВОЙ КОММУНИКАЦИИ
DISCURSIVE PRACTICES OF SELFIE AS THE PECULIARITY OF THE
NETWORK COMMUNICATION**

Ключевые слова: дискурсивная практика селфи, коммуникация, социальные сети, информационный вброс, образ, фотография, симулякр.

Keywords: discourse practice of selfie, communication, social media, informational throw-in, image, photo, simulacrum

В статье рассматриваются селфирование как дискурсивные практики и их проявление как результирующий эффект медийной интеракции. Масс медиа создают стереотипы и определенные поведенческие установки, в связи с чем человек как существо социальное становится заложником образа.

The article deals with the selfie as a discursive practice and it is manifested as a result of interaction in social media that creates the stereotypes and behavioral settings. The person becomes a hostage of the image because he or she had to save it.

Цитирование: Романова Ан.А. Дискурсивные практики селфи как особенность сетевой коммуникации // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. 2017. № 1. С. 81–96. Режим доступа: www.tverlingua.ru

Citation: Romanova An.A. Discursive practices of selfie as the peculiarity of the network communication // World of linguistics and communication: electronic scientific journal. 2017. № 1. P. 81–96. Rezhim dostupa: www.tverlingua.ru

Средства массовой коммуникации создают пространство, называемое медийным. Оно характеризуется внедрением технических устройств медийной сферы в другие сферы жизни общества, и представляет собой технологии трансляции информации для массовой аудитории (Луман, 2005; Броуди, 2006; Романов, 2014; 2016; Романов, Малышева, Новоселова, 2014; Романов, Романова, 2015; 2015а и др.). «Прагматика показывает, для того, чтобы образ был воспринят в нужном для номинанта» ракурсе через печать, теле- и радиовещание, необходимо осуществить работу по его внедрению в сознание масс» (Романов, Сорокин, 2008: 45).

Свое широкое распространение селфи находит в интернет пространстве. Медийное поле селфи состоит из таких социальных сетей, как Вконтакте, Instagram, Facebook, Twitter и др. Так, например, сеть Вконтакте насчитывает более 350 миллионов пользователей, а у Instagram, аудитория превышает 400 миллионов пользователей. По данным Lenta.ru, ежедневно

пользователи Instagram обмениваются более чем 70 миллионами фотографий и видеороликов.

Особенность интернет пространства состоит в том, что интернет перенасыщен образами, они наслаиваются один на другой, и происходит «бомбардировка образов», о чем упоминал Ж. Бодрийяр в трактате «В тени молчаливого большинства или конец социального» (Бодрийяр, 2001: 56).

Культивирование идей, изображений, высказываний и прочей информации в медиaprостранстве, приводит к созданию коммуникативно-информационных стереотипов и формированию нетрадиционных ценностей и определенных поведенческих норм.

Достаточно подробно о процессе медиатизации и роли массмедиа в жизни людей пишет Т. Каминская (Каминская, 2015): «Процесс производства и распространения в медиасфере персональной информации как процесс проникновения личностной сферы в публичное пространство, с одной стороны, и внедрение технологий в сам процесс личностной коммуникации, с другой, можно назвать медиатизацией персональной сферы человека. Медиатизация охватила разные аспекты жизни людей, что не могло не попасть в поле зрения ученых, рассматривающих сегодня проблемы данного процесса в культурологическом и социологических аспектах.

В информации, находящейся в медиа, в данном случае интернет-пространстве, можно найти отражение реальной жизнедеятельности людей или образа, к которому они стремятся. Информационным вбросом могут служить фотографии, которые может видеть широкая аудитория. И селфи можно назвать пропагандой, так как человек при помощи медиа пространства представляет массовой аудитории сообщение (снимки-селфи), заключающее в себе информацию, которая бы характеризовала селфиста с нужной для него стороны.

Так же Т.Л. Каминская пишет (Каминская, 2015): «Намеренная медиатизация своей персональной сферы индивидуумом свидетельствует о стремлении достижения или поддержания его личностной и социальной идентичности. При этом даже процесс «ремедиатизации воспоминаний» не будет обязательно связан с какими-то значимыми событиями.». Т.е. то, что человек при помощи фотографий хочет поделиться с окружающими значимыми событиями или пересматривать их самому, чтобы восстановить воспоминания, является лишь мнимыми причинами вброса фотографий в интернет-пространство, а истинными причинами является стремление человека поддержать его личностную и социальную идентичность.

Также в интернете с легкостью распространяются мифы, которые побуждают человека презентовать себя определенным образом (Романов, 2014; 2016; Романов, Малышева, 2015; 2016; Малышева, Бынев, 2015 и др.). И каждая опубликованная в интернете фотография человека, образ которой основывается на мифе, способствует поддержанию его распространения среди других интернет-пользователей. Это может способствовать тому, что люди начнут копировать в чем-либо друг друга, если сочтут тот или иной образ востребованным, влиятельным или одобряемым другими людьми.

Так как люди меняются или устают от однообразия, имидж необходимо подпитывать новыми образами, что побуждает селфиста, который публикует снимки в интернете, к новым практикам селфи.

При помощи «лайков» (от англ. слова «like» - «нравиться»), пользователи оставляют свою отметку на записи и могут выразить свое одобрение или дать понять, что они видели опубликованную информацию. «Лайки» создают иллюзию общественного признания, что может способствовать распадению тщеславия человека, стремящегося к популярности, или созданию иллюзии его принадлежности к общественной группе, если в реальной жизни он диссоциализирован.

Основываясь на мнении окружающих людей, человек познает окружающий мир и пытается стать его частью (Росс, Нисбетт, 1999: 97).

Фотографии-селфи (Малышева, Романова, 2016; 2017), находящиеся в масс медиа, также можно рассматривать как своеобразный вариант спин-докторинга, т.е. способа пиара их создателя с выгодной стороны. Как пишет А.А. Романов в статье «Медийный опрос как технологический прием спин-докторинговой манипуляции (на материале дискуссии опроса, проведенного 26 января 2014 года телеканалом «Дождь»)»: «Распространяемая такого рода информация обуславливается функционированием «тонких» механизмов психологического порождения «обманных», самораспространяющихся медиа-смыслов, способных провоцировать широкое разнообразие интерпретаций, в которых, в частности, без ноэтического или аутоноэтического типов знаний вообще и знания конкретного контекста практически невозможно оценить предпочтительный вариант интерпретационного выбора». Т.е. снимок-селфи как сообщение при интерпретации может вводить адресата в заблуждение.

Изображение, по мнению Ж. Бодрийяра, является симулякром, т.е. то, что представлено на селфи, не соответствует действительности.

Если снимок перед тем, как быть опубликованным в интернете, прошел многочисленные предварительные подготовки и был отредактирован при помощи специальных программ по обработке фотографий, то изображение уже не соответствует действительности и правдой не является.

Если человек намерено пытается исказить изображение, при помощи различных манипуляций, способствующих дискурсивному развитию селфи, то, получается, человек намеренно пытается ввести в заблуждение адреса относительно того, что изображено на снимке. А так как на селфи изображен сам человек, то селфист искажает информацию относительно себя самого.

Для подтверждения описанной выше информации было проведено экспериментальное исследование в форме интернет опроса. В экспериментальном исследовании проверялись следующие гипотезы:

- после повторяющихся практик селфи человек перестает видеть грань между своим реальным обликом и образом на фотографии, что сказывается на его самооценке, и, чем больше человек нуждается в подпитке иллюзии относительно своей внешности, тем чаще делает селфи;

- помимо цели развития самооценки, люди делают селфи для того,

чтобы загрузить фотографии в интернет и выложить в социальные сети, потому что интернет перенасыщен образами и является наиболее благодатной средой для его хранения, распространения и обозрения массовой аудиторией;

- исходя из учения о том, что можно изучить характер и личностные особенности человека по его форме и чертам лица, т.е. физиогномики, можно сделать предположение, что селфист при помощи селфи может намеренно исказить черты лица, подобрав нужное освещение и ракурс, и при сравнении фотографии-селфи какого-либо конкретного человека и при взгляде на него реального, сравнив его черты лица в реальной жизни и на фото, можно сделать предположение о том, какие личностные черты человек в себе не принимает.

Опрос был проведен среди интернет-пользователей (264 человека), среди которых оказалось 80 % женщин и 20% мужчин (Приложение). Опрос был создан в Google формах и состоял из 16-и вопросов и 1-ого задания. Испытуемые должны были ответить на следующие вопросы:

- 1) Ваш пол?
- 2) Ваш возраст?
- 3) К какой национальной культуре Вы себя относите?
- 4) Что такое, в Вашем понимании, «селфи»?
- 5) Делаете ли Вы селфи?
- 6) Как часто Вы делаете селфи?
- 7) Почему частота такая?
- 8) Для чего Вы делаете селфи? Что хотите этим достичь?
- 9) Удовлетворены ли Вы этими фото?
- 10) Если не удовлетворены, то что Вы с ними делаете?
- 11) Делаете ли Вы обработку фотографий?
- 12) Выкладываете ли Вы свои фотографии в социальные сети?
- 13) Для чего Вы выкладываете свои фотографии в интернет?
- 14) Как Вы оцениваете свою внешность:
 1. На фото я себе нравлюсь больше, чем в жизни;
 2. В жизни я себе нравлюсь больше, чем на фото.
- 15) Важна ли для Вас оценка другими людьми Ваших фотографий или количество «лайков» в социальных сетях?
- 16) На что Вы делаете акцент в селфи?

Так как в большинстве вопросов не было вариантов ответа, и опрашиваемым была представлена возможность дать развернутый ответ, длинной в несколько предложений, и отдельно взятый человек мог указать в своем ответе несколько вариантов, для удобства восприятия результаты некоторых вопросов, например, «Для чего Вы делаете селфи? Что хотите этим достичь?», были разбиты на группы ответов. Рядом с каждым ответом в скобках было указано количество человек, упомянувших представленный вариант, что может не соответствовать количеству людей, участвующих в опросе.

Часть людей смутили некоторые вопросы, одним из которых оказался вопрос об их национально-культурной принадлежности. Данный вопрос был задан не случайно, а именно потому, что культура является немаловажным фактором в восприятии людей определенных визуальных знаков. То, что спокойно может продемонстрировать на фотографии европеец, в конкретных случаях навряд ли будет одобрительно воспринимать человек, воспитанный в мусульманской среде, а тем более демонстрировать на фото и грузить в интернет. У людей в зависимости от их принадлежности к определенной национальной культуре может отличаться видение и подход к селфи.

подавляющее большинство опрошенных отнесло себя к русской национальности – 206 человек, остальную часть составили 2-е армян, 2-е грузин, украинка, араб, туркмен, бурят, карел, азербайджанец и 2-е чуваш, из оставшихся часть людей не поняли вопроса, 7 человек назвали себя христианами, 7 – славянами, 3-е отнесли себя к европейцам, остальные воздержались от ответа на вопрос.

При ответе на вопрос «Что такое, в Вашем понимании, «селфи»?» мнения опрошенных разделились на 2 категории: одни считают селфи фотографией себя, другие – актом фотографирования себя. Единогласно все сошлись во мнении, что акт селфи человек производит по отношению к самому себе, фотограф является главным элементом фотографии. Кто-то добавил, что на селфи может быть изображен человек в компании других людей, кто-то считает, что селфи – фотография своего лица, и в селфи акцент делается главным образом на лицо, многие считают селфи фотографированием или фотографией, сделанной при помощи передней камеры телефона, или так называемой фронтальной камеры. В ответах мелькали такие слова, как «Себяшка», «Автопортрет», «Самощелк».

В результате проведенного опроса выяснилось, что 91% людей делают или когда-либо делали селфи,

При вопросе «Как часто Вы делаете селфи?»:

1) 8% людей (20 человек) ответили, что делают селфи несколько раз в день, из них – 2-е мужчин, в возрасте 18 и 21 года, и 17 женщин, в возрасте 17, 18 лет, 3-м – по 19 лет, 3-м – по 20 лет, 5-и – по 21 году, 2-м – по 22 года, оставшимся: 23, 25 и 31 год;

2) 30% (80 человек) – несколько раз в неделю, из них – 9 мужчин в возрасте 18 лет, 4-м – по 19 лет, 20 лет, 3-м – по 21 году, и 70 женщин, в возрасте 15, 16, 17 лет, 12-и – по 18 лет, 8-и – по 19 лет, 18-и – по 20 лет, 11-и – по 21 году, 6-и – по 22 года, 4-м – по 23 года, 25 лет, 2-м – по 26 лет и 2-м – по 28 лет;

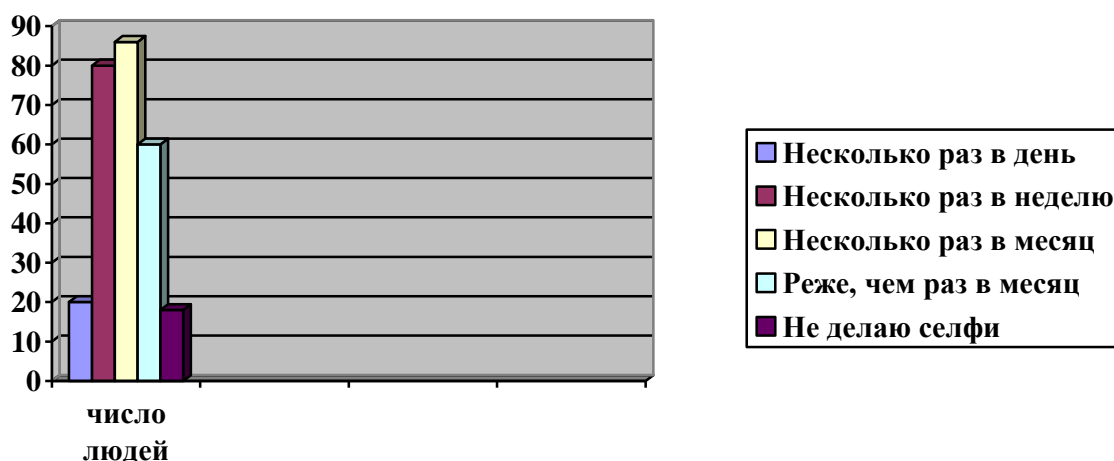
3) 33% (86 человек) – несколько раз в месяц, из них – 73 женщины, в возрасте 16 лет, 13-и – по 18 лет, 21-й – по 19 лет, 12-и – по 20 лет, 11-и – по 21 году, 7-и – по 22 года, 4-м – по 23 года, 5-и – по 24 года, 2-м – по 25 лет; и 13 мужчин, в возрасте 17, 18 лет, 3-м – по 19 лет, 4-м – по 20 лет, 2-м – по 21 году; 23 и 24 лет;

4) 23% (60 человек) – реже, чем раз в месяц, из них 45 женщин, 7-и из которых – по 18 лет, 6-и – по 19 лет, 13-и – по 20 лет, 7-и – по 21 году, 3-м –

по 22 года, 3-м – по 23 года, 3-м – по 24 года; 25, 28, 32 и 47 лет; и 15 мужчин, в возрасте – 13 лет, 2-м – по 18 лет, 2-м – по 19 лет, 5-и – по 20 лет; 21 год, 2-м – по 24 года, 25 лет, и 1 не стал указывать свой возраст;

5) 7% (17 человек) не делают селфи вообще.

Диаграмма 1



Примечание: на диаграмме наглядно представлены количественные показатели людей и частоты дискурсивных практик селфи

При пояснении, почему они делают селфи с такой периодичностью, последовали следующие ответы:

1) большинство ответило, что не видит в этом необходимости, или ему(ей) это неинтересно, или не нравится селфи, или не видит в этом смысла, или не нравится следовать моде, или считает селфи паранойей, или, что этого достаточно (62 ответа);

2) часть людей ответила, что они не задумывались над этим, или ответили: «Так получается», «Так выходит», «Не знаю» (37 ответов);

3) многие ответили, что делают селфи в зависимости от настроения (31 ответ);

4) кто-то ответил, что нравится делать новые фотографии, «душа просит», нравится процесс фотографирования и выбора фотографии (17 ответов);

5) часть людей ответила, что они не любят фотографироваться или плохо получаются на фотографии (13 ответов);

6) некоторые ответили, что делают селфи, если есть повод и, когда они хорошо выглядят или делают это, когда особенно себе нравятся (10 ответов);

7) кто-то ответил: «Чтобы было, что выложить в социальные сети», «Инстаграм» (5 ответов);

8) кто-то делает селфи на фоне красивого пейзажа, во время путешествий (5 ответов);

9) кто-то ответил, что плохо работает фронтальная камера на телефоне,

или нет камеры в телефоне и не работает веб-камера на ноутбуке (3 ответа);

10) часть предпочитает, чтобы их фотографировали другие люди (3 ответа);

11) кто-то использует камеру в телефоне, вместо зеркала, и иногда фотографирует себя в удачный момент (3 ответа);

12) нет времени (3 ответа);

13) кто-то ответил, что фотографирует себя, чтобы отправить близким, поделиться с друзьями (3 ответа);

14) потому, что скучно (2 ответа);

15) кто-то делает это только в те моменты, когда хочет оценить свой внешний вид (2 ответа);

16) кто-то ответил, что этим не увлекается, но иногда хочет запечатлеть интересный образ (2 ответа);

17) кто-то ответил: «чтоб не засорять ленту друзей», стыдно постоянно выкладывать фотографии в социальные сети (1 ответ);

18) один человек ответил, что делает селфи с такой периодичностью, чтобы вечером выбрать одно «адекватное» фото;

19) кто-то ответил: «Это не так сильно завышено»;

20) один человек ответил, что иногда возникает желание запечатлеть себя, но иногда некого попросить это сделать.

Примечательно, что часть опрошенных отозвалась о селфи с негативом, употребляя такие слова, как «паранойа», «болезнь», «дакфейс», 2-е людей высказались, что им стыдно делать селфи при других людях или загружать слишком часто и по многу селфи в социальные сети..

Далее был задан вопрос, чтобы выяснить, какая иллюкативная доминанта побуждает людей делать практики селфи. Исходя из ответов на вопрос: «Для чего Вы делаете селфи? Что хотите этим достичь», были получены результаты:

1) многие ответили, что для них селфи – всего лишь фото на память (35 ответов);

2) кто-то ответил, что ему нравится делать «селфи», развлекает себя подобным образом, кто-то это делает это для развития самооценки, любят любоваться своими фотографиями, кто-то признался в нарциссизме (33 ответа);

3) многие ответили, что делают селфи для того, чтобы запечатлеть момент (25 ответов);

4) кто-то хочет таким образом показать, как он(а) живет, показать себя, или отправить фото друзьям или родителям (23 ответа);

5) некоторые делают «селфи» только для социальных сетей, чтобы выставить фотографию на аватар профиля и показать другим пользователям свои фото (22 ответа);

6) часть людей не делает селфи и ничего не хочет этим достигать, кто-то воздержался от ответа (19 ответов);

7) кто-то хочет запечатлеть себя на фоне красивого пейзажа (8 ответов);

8) кто-то не удовлетворен своей внешностью в реальной жизни и хочет нравиться себе хотя бы на фото, или делает фото только в те моменты, когда хорошо выглядит (8 ответов);

9) кто-то ответил, что делает селфи «смешными», чтобы кого-то рассмешить или порадовать, считает, что при помощи селфи можно лучше передать эмоции и поделиться своим настроением (5 ответов);

10) кто-то делает селфи, чтобы сравнивать фотографии спустя какое-то длительное время, смотреть, как он(а) изменился/изменилась спустя годы (5 ответов);

11) кого-то заставляют делать селфи друзья (4 ответа);

12) кто-то считает это искусством и способом самовыражения (2 ответа);

13) кому-то надоедают старые фотографии, хочется новых (2 ответа);

14) кто-то делает селфи для «лайков» в социальных сетях (2 ответа).

Далее выяснилось, 78% людей (203 человека) удовлетворены своими фотографиями и лишь 22% (56 человек) испытывают недовольство своими снимками.

В случае недовольства абсолютное большинство опрошенных (192 человека) удаляет неудачные, по их мнению, фотографии, или делает новые; часть людей (14 человек), несмотря на недовольство, оставляет снимки или загружают их в социальные сети, 19 человек редактируют при помощи специальных программ по обработке фотографий, и единицы опрошенных смеются над неудачными фото и показывают их друзьям.

71% ответивших (180 человек) практикуют обработку фотографий.

86% людей (223 человека) выкладывают свои фотографии в социальные сети.

Примечательно, что самыми распространенными социальными сетями, куда любители селфи загружают свои фотоизображения, оказались упомянуты опрошенными «ВКонтакте» и «Instagram».

Исходя из результатов следующего вопроса, были выяснены цели, с которыми люди загружают свои фотографии в интернет:

1) часть людей таким образом презентует себя окружающим. Примечательно, что ответившие в интернете стараются казаться успешными, кто-то пытается похвастаться, самоутвердиться перед окружающими (5 ответов);

2) некоторые выкладывают фотографии, чтобы собрать «лайки» или, чтобы другие пользователи оценили фото (12 ответов);

3) кто-то делает это для того, чтобы показать динамизм, чтоб аккаунт не был скучным и однообразным, использует страницу, как дневник; делится своим настроением, моментами из жизни, пытается таким образом показать себя и мир такими, какими видит их он(а) (22 ответа);

4) некоторые используют свой аккаунт в интернете, чтобы хранить в нем фотографии и иногда их пересматривать, мотивировав это тем, что компьютеры и телефоны имеют свойство ломаться, а интернет – лучшее

место для хранения фотографий и прочей информации с наименьшими рисками их потерь (7 ответов);

5) кто-то таким образом мстит своей бывшей второй половинке, чтобы вызвать у той чувство досады и переживания из-за расставания (1 ответ);

6) кто-то выкладывает свое фото в интернет только в качестве аватара, чтоб другие пользователи имели представление, с кем ведут беседу, и могли найти его анкету в социальной сети (13 ответов);

7) кто-то делает это потому, что «так делают все» или, чтобы «не отставать от жизни», считают это модным (4 ответа);

8) кому-то это нравится; хочет себя показать, чтобы все его(ее) видели и им(ей) любовались (36 ответов);

9) кто-то делает это для повышения самооценки, любит пересматривать свои фотографии; делает это не столько для других, сколько для себя. (14 ответов);

10) некоторые выкладывают фотографии в социальных сетях, чтобы видели друзья и близкие (31 ответ);

11) кто-то отправляет в интернет только фото, которые снял сам, но не себя (2 ответа);

12) некоторые в растерянности не смогли ответить на вопрос, зачем они это делают (28 ответов);

14) 13 человек не выкладывают фотографии в интернет.

Оценка людьми своей внешности в некоторой степени зависит от того, какими они видят себя на фотографиях и какими считают себя в реальной жизни. При оценке своей внешности, большинство людей (68% (180 человек)) заявило, что в жизни они себе нравятся больше, чем на фото, но 32% (84 человека) среди опрошенных, которые считают, что на фотографиях, они выглядят лучше, чем в реальности.

Что интересно, при опросе немалая часть людей призналась, что они ничего не имеют против селфи, считают это удобным, но их раздражает большое количество селфи-фото других интернет-пользователей. Причиной люди назвали однообразность таких фотографий.

Для большинства участников опроса (68% (180 человек)) не важна оценка другими людьми их фотографий, в то время, как 32% (84 человека) людей испытывают обиду, если кто-то не оценил их фотографии, или фото набрало мало «лайков» (от англ. «Like» – нравится), а также советуются с окружающими перед тем, как выложить фото в социальные сети. Остальные 4% людей не выкладывают свои фото в интернет.

Большинство людей (213 человек) в селфи делают акцент на лицо, из них 9 человек – преимущественно на глаза; 21 человек акцентируют внимание на тело, из них 3-е – на руки, 5 – на одежду, 23 человека делают акцент на фон, окружающую обстановку; для 3-х людей важно, чтобы на фото рядом были друзья. Остальные опрошенные не смогли ответить, на чем делают акцент в селфи.

В конце опроса людям было предложено задание. Задание проходило в три этапа. На первом этапе людей попросили выбрать селфи, которое им

нравится больше других своих фотографий, и запомнить его. На втором этапе люди должны были сфотографировать себя в текущий момент времени, не позируя, без предварительной подготовки к фотосессии. На третьем этапе людей попросили сравнить две фотографии и написать в комментариях, что им нравится или не нравится на первом (любимом) фото и втором (случайном) фото. В отличие от опроса, в задании согласились принять участие только 150 человек. По результатам этого задания выяснилось, что большинству испытуемых случайное фото совсем не понравилось, и предпочтение они отдали любимому селфи. По большей части свой ответ опрошенные аргументировали тем, что им не понравились на незапланированном фото лицо и его черты, чуть меньшее количество составили комментарии по поводу одежды, неудачного фона, ракурса или освещения. Некоторым опрошенным понравились обе фотографии, а кто-то не заметил разницы. Для наглядности в качестве примера ниже приведено 10 комментариев:

1) «любимое фото: мне нравится, что у меня красивые глаза, длинные ресницы, удачный профиль лица, симметрия, еще я подчеркнула форму губ, а их я очень в себе люблю, также изгиб бровей и кожа гладкая, волосы красиво уложены. Не нравится то, что не с первой попытки, иногда приходится кое-что подправить для полного удовлетворения. Внезапное селфи: у меня асимметрия, глаза немного косят, широкие скулы и большой подбородок, – обычно это главная проблема. Вообще, селфи – это искусство. Кстати, иногда что-то внезапно выходит лучше, чем с 10-й попытки, например, волосы»;

2) «на 1-м фото нравится, как свет ложится, макияж, поза. На втором – ничего не нравится»;

3) «на 1-м хорошо вышли губы и скулы, удачный ракурс и выражение лица. На 2-м выгляжу гораздо толще, и вообще не так, как в жизни. Все некрасиво»;

4) «на первом фото мне очень нравится атмосфера современного малобюджетного кино, которую создают ровные зеленые стены с большими ярко-розовыми магнолиями на них. Еще мне нравятся темно-фиолетовые круги под глазами и удачно лежащие на веки тени (свет падал прямо сверху, поэтому надбровные дуги дали тень) – это сделало взгляд еще более выразительным на бледном лице. Ах да, и, конечно, контраст светлой кожи и темно-синего горла свитера! На втором фото мне нравится очарование «кубинской» обстановки. Так совпало, что я снова сижу на фоне зеленых обоев в цветок, только теперь цветы перламутровые, как с побережья далекого островного государства. Розовая рубашка, в разноцветные полоски, на размер больше, с деревянными пуговицами, застегнута наполовину, а в руке – фарфоровая чашка с зеленым чаем, со вкусом рома. Кроме того, мне очень по душе вечерний рыжий кавардак на голове, вместо строгой университетской прически. Интересный световой эффект: видно только половину лица: остальная часть закрыта тенью из-за того, что источник света (настольная лампа) стоит далеко справа. Тем не менее, есть и минусы:

красный шрамик промеж бровей и появившийся в правом углу кадра мой собственный палец»;

5) «1 – лицо классно получилось. 2 – нос длинный, лоб широкий»;

6) «на 1-м мне нравится, что мое лицо красиво выглядит, глаза ярче, улыбка, волосы уложены, но я смотрюсь не естественно. На 2-м мне не нравится все то, что я описала на первой фотографии. Глаза не понятно, что выражают, нет улыбки на лице, волосы растрепаны. Но зато я не задумывалась, как позировать. И выглядела в обычных домашних условиях»;

7) «на «подготовленном» фото поставлен свет, «правильное» положение лица, ровный тон, проработан макияж, обстановка более интересная»;

8) «на втором фото не нравится все: как лежат волосы, сонные глаза, ужасные брови и т.д.»;

9) «дело в выражении лица и позе. Такие вещи помогают выглядеть на фотографии лучше и дать максимально правильное представление о своей внешности. Нравится освещение, наличие композиции. Не нравится на случайном кадре выражение лица, шумы на фотографии, плохое освещение»;

10) «на любимом селфи мне нравится мое выражение лица, глаза и девушка рядом; на селфи, которое я сделал только что, мне ничего не нравится».

В результате проведенного эксперимента гипотезы нашли подтверждение в том, что: люди выкладывают фотографии в интернет с целью, чтобы их видели другие пользователи; селфи влияет на оценку людьми своей внешности.

Таким образом, в современном социальном обществе культивирование идей, изображений, высказываний и прочей информации в медиaprостранстве, приводит к созданию коммуникативно-информационных стереотипов и формированию нетрадиционных ценностей и определенных поведенческих норм. Человек как существо социальное становится заложником образа из-за того, что вынужден постоянно его поддерживать для того, чтобы успешно вступать в коммуникацию с другими людьми и быть частью общества. Он старательно создает имидж, основанный на общих представлениях о том, что привлекательно в глазах окружающих. А селфи является наилучшим способом запечатлеть образ на фотографии. При этом, стоит отметить, что селфирование имеет широкое распространение в молодежной среде, и по своей природе является симулякром, не отражающим сути самого селфиста. Из-за постоянных попыток сделать удачный снимок за счет подбора ракурса и обстановки, различных манипуляций с редактированием фотоизображения, размывается связь с референтом.

Литература

1. Бодрийяр Ж. В тени молчаливого большинства, или конец социального [Электронный ресурс]. – Электрон. данные. – 2001. – Режим

доступа: <http://lib.ru/FILOSOF/BODRIJAR/silent.txt>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз. рус., 01.03.17.

2. Броуди Р. Психические вирусы. Как программируют ваше сознание. – М.: Поколение, 2006. – 304 с

3. Каминская Т.Л. Медиатизация личности [Электронный ресурс] // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. – 2015, № 4. – С. 1–4. – Режим доступа: www.tverlingua.ru

4. Луман Н. Медиа коммуникации. – М.: Логос, 2005. – 280 с.

5. Малышева Е.В., Бынев А.А. Интернет-коммуникация как инструмент формирования общественного мнения [Электронный ресурс] // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. - 2015, № 5. – С. 129–133. – Режим доступа: <http://tverlingua.ru>

6. Малышева Е.В., Романова Ан.А. Дискурсивные практики селфи в современном социальном обществе // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. – 2016, № 3. – С. 46–51. – Режим доступа: <http://tverlingua.ru>

7. Малышева Е.В., Романова Ан. Дискурс селфи в системе публичных коммуникаций // Языковой дискурс в социальной практике: материалы Междунар. научно-практ. конф. – Тверь: Тверской государственный университет, 2017. – С. 172–177.

8. Романов А.А. Спин-докторинговая реализация ментальных репрезентаций в Интернет-коммуникации // Язык, коммуникация и социальная среда. Ежегодное международное издание. Вып. 13. – Воронеж: Наука – ЮНИПРЕСС; Воронежский гос. университет, 2014. – С. 88–119.

9. Романов А.А. «Окно дискурса» как регулятивный механизм распространения и внедрения «вирусной» информации: два подхода к проблеме [Электронный ресурс] // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. – 2016, № 4. – С. 1–34. – Режим доступа: tverlingua.ru

10. Романов А.А., Малышева Е.В. Манипулятивная коммуникация в системе сетевых «информационных войн» // Жизнь языка в культуре и социуме-5". Материалы международной научной конференции. – М.: Канцлер, 2015. – С. 225–226.

11. Романов А.А., Малышева Е.В. Семантическое манипулирование как форма сетевого воздействия // Психолингвистика и лексикография: сб. научн. трудов. Вып. 3. – Воронеж: изд-во «Истоки», 2016. – С. 166–169.

12. Романов А.А., Малышева Е.В., Новоселова О.В. Матричная технология в манипулятивной интернет-коммуникации // Дискурс современных масс-медиа в перспективе теории, социальной практики и образования. I Междунар. науч.-практ. конф. Белгород, БелГУ, 1 – 4 апреля 2014 г.: Сб. науч. работ / Под ред. Е.А. Кожемякина, А.В. Полонского, А.Г. Ходеева. – Белгород: КОНСТАНТА, 2014. – С. 126–131.

13. Романов А.А., Романова Л.А. Меметический механизм конструирования медиа-смыслов информационного противостояния

[Электронный ресурс] // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. – 2015, № 3. – С. 1–16. – Режим доступа: tverlingua.ru

14. Романов А.А., Романова Л.А. Роль меметической информации в формировании «обманных» медиа-смыслов [Электронный ресурс] // Мир лингвистики и коммуникации электронный научный журнал. –2015а, № 4. – С. 5–13. – Режим доступа: <http://tverlingua.ru>

15. Романов А.А. Сорокин Ю.А. Вербо - и психосоматика: Две карты человеческого тела. – М.: ИЯ РАН, 2008. – 172 с.

16. Росс Л. Нисбетт Р. Человек и ситуация. Перспективы социальной психологии. – М.: Аспект Пресс, 1999. – 429 с.

(0,9 п.л.)

Приложение

В опросе приняли участие люди в возрасте от 13-и до 47-и лет, большей части испытуемых было по 20 лет.

Возраст	ж	м	Всего человек
13	0	1	1
15	1	0	1
16	2	0	2
17	3	1	4
18	34	8	42
19	43	10	53
20	43	14	58
21	33	11	44
22	17	1	18
23	12	2	14
24	7	3	10
25	6	2	8
26	2	0	2
28	3	0	3
31	1	0	1
32	1	0	1
47	1	0	1
-	0	1	1

Примечание: в таблице представлены количественные показатели из результатов опроса, где в 1-й колонке указан возраст респондентов, во 2-й и 3-й колонках – пол: мужской (м) и женский (ж), в 4-й колонке представлено общее количество человек указанного возраста.

References

1. Bodrijar Zh. V teni molchalivogo bolshinstva, ili konec socialnogo [Elektronnyj resurs]. – Elektron. dannye. – 2001. – Rezhim dostupa: <http://lib.ru/FILOSOF/BODRIJAR/silent.txt>, svobodnyj. – Zagl. s ekrana. – Jaz. rus., 01.03.17.
2. Broudi R. Psihicheskie virusy. Kak programmirujut vashe soznanie. – M.: Pokolenie, 2006. – 304 s
3. Kaminskaja T.L. Mediatizacija lichnosti [Elektronnyj resurs] // Mir lingvistiki i kommunikacii: elektronnyj nauchnyj zhurnal. – 2015, № 4. – S. 1–4. – Rezhim dostupa: www.tverlingua.ru
4. Luman N. Media kommunikacii. – M.: Logos, 2005. – 280 s.
5. Malysheva E.V., Bynev A.A. Internet-kommunikacija kak instrument formirovanija obshhestvennogo mnenija [Elektronnyj resurs] // Mir lingvistiki i kommunikacii: elektronnyj nauchnyj zhurnal. – 2015, № 5. – S. 129–133. – Rezhim dostupa: <http://tverlingua.ru>
6. Malysheva E.V., Romanova An.A. Diskursivnye praktiki selfi v sovremennom socialnom obshhestve // Mir lingvistiki i kommunikacii: elektronnyj nauchnyj zhurnal. – 2016, № 3. – S. 46–51. – Rezhim dostupa: <http://tverlingua.ru>
7. Malysheva E.V., Romanova An. Diskurs selfi v sisteme publicnyh kommunikacij // Jazykovej diskurs v socialnoj praktike: materialy Mezhdunar. nauchno-prakt. konf. – Tver: Tverskoj gosudarstvennyj universitet, 2017. – S. 172–177.
8. Romanov A.A. Spin-doktoringovaja realizacija mentalnyh reprezentacij v Internet-kommunikacii // Jazyk, kommunikacija i social'naja sreda. Ezhegodnoe mezhdunarodnoe izdanie. Vyp. 13. – Voronezh: Nauka – JuNIPRESS; Voronezhskij gos. universitet, 2014. – S. 88–119.
9. Romanov A.A. «Okno diskursa» kak reguljativnyj mehanizm rasprostranenija i vnedrenija «virusnoj» informacii: dva podhoda k probleme [Elektronnyj resurs] // Mir lingvistiki i kommunikacii: jelektronnyj nauchnyj zhurnal. – 2016, № 4. – S. 1–34. – Rezhim dostupa: tverlingua.ru
10. Romanov A.A., Malysheva E.V. Manipuljativnaja kommunikacija v sisteme setevykh «informacionnyh vojn» // Zhizn jazyka v kulture i sociume-5". Materialy mezhdunarodnoj nauchnoj konferencii. – M.: Kancler, 2015. – S. 225–226.
11. Romanov A.A., Malysheva E.V. Semanticheskoe manipulirovanie kak forma setevogo vozdejstvija // Psiholingvistika i leksikografija: sb. nauchn. trudov. Vyp. 3. – Voronezh: izd-vo «Istoki», 2016. – S. 166–169.

12. Romanov A.A., Malysheva E.V., Novoselova O.V. Matrichnaja tehnologija v manipuljativnoj internet-kommunikaciji // Diskurs sovremennyh mass-media v perspektive teorii, socialnoj praktiki i obrazovanija. I Mezhdunar. nauch.-prakt. konf. Belgorod, BelGU, 1 – 4 aprelja 2014 g.: Sb. nauch. rabot / Pod red. E.A. Kozhemjakina, A.V. Polonskogo, A.G. Hodeeva. – Belgorod: KONSTANTA, 2014. – S. 126–131.

13. Romanov A.A., Romanova L.A. Memeticheskiy mehanizm konstruirovaniya media-smyslov informacionnogo protivostojaniya [Elektronnyj resurs] // Mir lingvistiki i kommunikaciji: elektronnyj nauchnyj zhurnal. – 2015, № 3. – S. 1–16. – Rezhim dostupa: tverlingua.ru

14. Romanov A.A., Romanova L.A. Rol memeticheskoj informacii v formirovanii «obmanyh» media-smyslov [Elektronnyj resurs] // Mir lingvistiki i kommunikaciji elektronnyj nauchnyj zhurnal. – 2015a, № 4. – S. 5–13. – Rezhim dostupa: <http://tverlingua.ru>

15. Romanov A.A. Sorokin Ju.A. Verbo - i psihosomatika: Dve karty chelovecheskogo tela. – M.: IJa RAN, 2008. – 172 s.

16. Ross L. Nisbett R. Chelovek i situacija. Perspektivy socialnoj psihologii. – M.: Aspekt Press, 1999. – 429 s.

Сведения об авторе:

Романова Анастасия Алексеевна, студент первого курса магистратуры кафедры фундаментальной и прикладной лингвистики Тверского государственного университета. mirlic@rambler.ru

Romanova Anastasiya Alekseevna, graduate student of the department of Fundamental and Applied Linguistics of Tver State University. mirlic@rambler.ru