

Д.С. Быльева,
Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

ЦИФРОВОЕ ОТРАЖЕНИЕ ЛИЧНОЙ ЖИЗНИ

Образ в социальной сети, создаваемый пользователем посредством фотографий и постов, все в большей степени может быть результатом конструирования как посредством акцентирования определенных моментов, так и посредством цифровых изменений. Цифровая трансформация для более позитивной самопрезентацией соседствует в сети с дискредитацией посредством реальных или фейковых визуальных данных.

Ключевые слова: социальная сеть, цифровизация, фейк, самопрезентация, цифровая реальность.

D.S. Bylieva,
Peter the Great St.Petersburg Polytechnic University

DIGITAL PRESENTATION OF PERSONAL LIFE

The image on the social network, created by the user through photographs and posts, can increasingly be the result of construction, both through emphasizing certain points and through digital changes. Digital transformation for more positive self-presentation coexists online with discrediting through real or fake visual data.

Keywords: Social network, digitalization, fake, self-presentation, digital reality.

Цифровые технологии меняют жизнь современного человека в разнообразных направлениях [1–5]. Активное развитие социальные сетей создало феномен сетевой повседневности, в которой происходит репрезентация разнообразных аспектов жизни с разной степенью подробности, вплоть до информации о приемах пищи. Представлять свою жизнь в социальной сети становится насущной необходимостью, а социальное поощрение обратной связью в виде лайков и комментариев – важнейшей мотивацией [6]. Исследование А. В. Сендор показало, что во время пандемии COVID-19 потребность презентовать себя в цифровом пространстве возрастала, особенно во время периодов изоляции [7]. При этом некоторые социальные сети подчас имеют определенную «жанровую» специализацию, некоторые пользователи

создают несколько аккаунтов, благодаря чему один человек может иметь несколько разных цифровых идентичностей.

Цифровая самопрезентация предоставляет колоссальные возможности по трансформированию опыта в определенном ключе. «Идеальные» сетевые образы (особенно в профилях, имеющих коммерческие цели) создают определенную «планку», к которой начинают стремиться многочисленные подписчики. Интернет породил новый тип «микроразнаменитостей», выступающих как «обычные люди» в определенной социальной роли (например, «инста-мама» или «бьюти-блогер»), чья популярность в социальных сетях и видеохостингах основана на признании и восхищении их «фолловеров» [8], которые стремятся к подражанию.

Наиболее очевидным способом цифровой трансформации в социальных сетях является обработка собственных фотографий. Прежде всего обработке подвергается собственный образ. Сегодня изменение внешности на фотографии не требует профессиональных навыков, многочисленные приложения позволяют производить трансформации любой степени сложности от уничтожения морщин и кругов под глазами до коррекции фигуры или фона.

Однако внешность является лишь одним из аспектов цифровой самопрезентации, необходимую часть составляют события, образующие контент профиля. Подчас оказывается, что целью определенной деятельности является именно отчет в цифровой реальности. В полной мере оценив данную тенденцию, на многих мероприятиях организуют специальные фотозоны. Но и посещение статусного кафе, ресторана и т.п. может иметь цель презентацию собственного досуга в определенном ключе.

Некоторые объекты также представляют символическую ценность, а специфика цифровой реальности позволяет презентацию без обладания. Причем речь может идти не только об объектах высокой стоимости, которые могут презентоваться как собственные (например, как в случае с автомобилями). Символической ценностью для женского пола обладают, например, букеты цветов, так как должны демонстрировать романтический интерес со стороны противоположного пола. Фотографии с чужим букетом являются насколько востребованными, что в сети появились специальные сервисы, организующие доставку огромных букетов «на прокат» для фотосессии. Здесь также имеет место ориентация на нормы, демонстрируемые ближайшим окружением в сетевом пространстве. Если в обычное время идея о необходимости фотографии с букетом приходит в голову далеко не каждой девушке, то на Международный женский день цветы становятся предметом

первой необходимости. Отсутствие красивого букета на этот праздник, когда вся лента новостей наполнена цветами, вызывает сильный психологический дискомфорт.

Возможность цифровой самопрезентации в любом ключе, однако, не означает, что человек имеет возможность полностью управлять цифровым образом. Другие люди могут влиять на этот образ: начиная с фотографий, сделанных знакомыми, которые могут составлять разительный контраст с презентуемыми в профиле, и заканчивая нарочным распространением дискредитирующего образа. Все большее распространение получает так называемая «порно-месть», когда фотографии или видео интимного характера выкладываются на общедоступных ресурсах, в социальных сетях или даже специально предназначенных для этого ресурсах с целью дискредитировать бывшего партнера.

Новые нейросетевые технологии позволяют создавать фейковые фотографии и видео с потрясающей степенью достоверностью, выводя таким образом возможности цифровой дискредитации на новый уровень. Особенно пока общество еще не осознало угрозы и склонно доверять фото- и видеосвидетельствам.

В социальных сетях находят свое отражение жизнь человека, преломляясь через желание определенного вида репрезентации, чаще всего в позитивном и статусном ключе. В то же время другие персоны могут компрометировать личность, пользуясь либо имеющимися материалами личного характера, либо создавая подобный материал с помощью новых технологических решений. Развитие технологий искажений, замещений, преобразований визуального материала означает возможность изменить репрезентацию жизни в определенном ключе в цифровом пространстве на ее вольное конструирование.

Список литературы:

1. Одинокая М.А. Особенности и следствия использования открытых образовательных ресурсов и электронных курсов в российских вузах // Перспективные направления развития отечественных информационных технологий. Севастополь: Изд-во Севастопольского государственного университета, 2019. С. 408–410.

2. Евсеева Л.И., Тимофеева Е.П., Шипунова О.Д. Сетевая политическая коммуникация в модернизации публичной сферы // Технологии PR и рекламы в современном обществе. Санкт-Петербург: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2020. С. 151–156.

3. Шестакова И.Г. Новая темпоральность цифровой цивилизации: будущее уже наступило // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Гуманитарные и общественные науки. 2019. № 2(10). С. 20–29.
4. Liu Y. Rebellion of the Chinese Language in Technological Age // Technology and Language. 2020. № 1(1). С. 57–60.
5. Aronin L. Multilingualism in the Age of Technology // Technology and Language. 2020. № 1(1). С. 6–11.
6. Schlosser A.E. Self-disclosure versus self-presentation on social media // Current Opinion in Psychology. 2020. (31). С. 1–6.
7. Sándor A.V. Self-Representation on Social Media During Lockdowns in the First and Second COVID-19 Pandemic Waves // ConScienS Conference. Princeton: Zenodo, 2021.
8. Djafarova E., Trofimenko O. ‘Instafamous’ – credibility and self-presentation of micro-celebrities on social media // Information, Communication & Society. 2019. № 10(22). С. 1432–1446.