

Образы тела в эпоху цифромодерна: контент-анализ популярных онлайн-сообществ

Научный руководитель – Корнеева Ирина Игоревна

Ларина Мария Сергеевна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа современных социальных наук (факультет), Кафедра социологии знания, Москва, Россия
E-mail: madam.larina-masha@yandex.ru

Многие зарубежные и российские философы и социологи говорят о конце Постмодерна и наступлении Постпостмодернизма [7]. Важным фактором перехода от общества Постмодерна к обществу цифромодерна стало появление новых медиа, предоставляющих пользователям возможность многосторонней коммуникации, интерактивности, свободу самовыражения [5, 11].

Социальные медиа оказывают значительное влияние на представления о телесности. В социальных сетях тело предстает в качестве объекта критики - миллионы пользователей одновременно могут комментировать фото и видео, что может привести к недовольству своей внешностью [2]. При этом проявления одобрения (лайки, репосты, положительные комментарии) могут спровоцировать выброс эндорфинов [6].

Сегодня любой индивид может сконструировать желаемый образ тела, который в дальнейшем позаимствуют другие индивиды. Это стало возможным во многом благодаря принципу технологии Web 2.0 - наполнению контентом веб-ресурсов самими пользователями, возникновению просьюмеров [8, 12]. Множество трендов, связанных с телесностью, зародилось в социальных сетях - распространение идей бодипозитива происходило именно там.

Зачастую в социальных сетях тело представлено как объект соревнования, которым удивляют подписчиков. Пользователи активно делятся своими достижениями: сброшенными килограммами, новой фигурой и лицом.

Вместе с тем возникает концепция «расширенной телесности», дополненной новыми технологиями и устройствами [9]. Одной из основных моделей тела становится тело-киборг - «гибрид машины и живого организма, социальной реальности и фантастики...» (Nagaway D., 1991, P. 149).

Тело в эпоху цифромодерна выступает в роли симулякра, для создания которого появляются фотопшоп, маски, фильтры, редакторы. В социальных сетях можно создать любую идентичность, один пользователь может предстать сразу в нескольких телесных воплощениях на разных страницах. Технологии искусственного интеллекта могут сконструировать несуществующих людей и вести их страницы [4].

Еще одним образом, представленным в социальных сетях, является «улучшенное тело», наполненное чужеродными элементами (имплантами, ботексом и пр.). Тело становится любимым - лица и фигуры девушек приобретают идентичные и узнаваемые черты: пухлые губы, маленький нос, силиконовая грудь [1].

Сегодня многие медийные личности бросают вызов типичным формам маскулинности и перенимают женские телесные практики: носят макияж, переодеваются в женскую одежду и пр. В моделинге, в среде актеров, в рекламе возникает тренд на андрогинную внешность.

С моделями модифицированного тела в электронных сообществах сосуществуют стандартные образцы телесности, характеризующиеся стройностью, сексуальностью, здоро-

вьем и молодостью. Одобряется улучшение внешности, не соответствующей общепринятым стандартам или не устраивающей самого субъекта.

С другой стороны, наблюдается «тенденция на красоту с человеческим лицом» (Дроздова А.В., 2019, С. 275). В Instagram были запущены проекты #Нивкакиерамки от Reebok, «Травма красоты» и #Покажите нас от бренда Dove, в которых приняли участие многие знаменитости, опубликовав свои фотографии без обработки.

В данном исследовании использовался метод контент-анализа, отбор сообществ ВКонтакте осуществлялся по ключевым словам «красивое тело», «идеальное тело», «спортивное тело», «стройное тело», «здоровое тело» и др. Были выявлены типы сообществ, представленные в них образцы телесности, типы комментаторов, социально-психологические портреты личностей, публикующих фотографии в открытых группах.

Источники и литература

- 1) Агамбен Дж. Грядущее сообщество. – М.: Три квадрата, 2008. 144 С.
- 2) Батурина Н. В., Зацепина О. А. Влияние социальной сети Instagram на восприятие образа тела у молодых женщин // Общество: социология, психология, педагогика. 2021. №7. С. 57-61.
- 3) Дроздова А. В., Власова Е. В. Трансформация тела в современной медиакультуре // 10ый Международный Симпозиум. 2019. С. 272-279.
- 4) Красивые подделки: как в Instagram появились виртуальные модели. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://biz.liga.net/all/it/article/krasivye-poddelki-ka-k-v-instagram-poyavilis-virtualnye-modeli> (16.01.2022).
- 5) Манович Л. Язык новых медиа. – М. : Ad Marginem, 2001. 400 С.
- 6) Наумова Е. Россиянам рассказали о неожиданной пользе соцсетей для здоровья. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://lenta.ru/news/2021/10/01/soc_set_i/ (12.01.2022).
- 7) Павлов А. П. Образы современности в XXI веке: гипермодернизм // Философский журнал. 2019. №2. С. 20-33.
- 8) Beer D., Burrows R. Consumption, prosumption, and participatory Web cultures: An introduction // Journal of Consumer Culture. 2010. №10. pp. 3-12.
- 9) Catts O., Zurr I. Towards a New Class of Being: The Extended Body // Artnodes: Intersection Between Arts, Sciences and Technology. 2006. Vol.6. pp. 3-7.
- 10) Haraway D. “A Cyborg Manifesto: Science, Technology and Socialist-Feminism in the Late Twentieth Century” // The Reinvention of Nature. 1991. pp. 149-181.
- 11) Kirby A. How new technologies dismantle the postmodern and reconfigure our culture. – N.Y.; L.: Continuum, 2009. 282 P.
- 12) O'Reilly T. What is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. Communications & Strategies. 2007. №1. pp. 17-37.