

Национальный исследовательский университет  
«Высшая школа экономики»

Лицей

Дипломная работа

**Тренд естественности в социальной сети instagram с  
позиции блогеров**

*Выполнила:* Дергачева Анастасия

*Научный руководитель:*  
Антонова Ксения Александровна

Москва

2019

## Содержание

<b>Введение</b>	<b>3</b>
<b>Глава 1. Понятия "моды" и "тренда" в контексте соцсетей</b>	<b>5</b>
Идеала красоты и его проблема	6
Специфика восприятия	8
<b>Глава 2. Программа исследования</b>	<b>11</b>
Методология исследования	12
Гайд интервью	14
<b>Глава 3. Анализ данных интервью</b>	<b>16</b>
<b>Выводы</b>	<b>21</b>
<b>Список литературы</b>	<b>23</b>
<b>Приложение</b>	<b>24</b>

## Введение

С появлением социальных сетей, в частности *instagram*, возник такой феномен, как конструирование виртуального образа себя. Этот образ часто либо частично соответствует реальному человеку, например, отражает какие-то его интересы, увлечения, навыки или знания, либо становится некой «маской», которая мало говорит о настоящей сущности самого индивида. Вследствие этого у других пользователей, подписчиков или просто наблюдающих за блогером/профилем/социальной страницей, формируется «идеальный образ», в большинстве случаев далекий от реальности. На основе этого становится актуальной проблема *кризиса идентификации другого человека и самоидентификации*. Пользователи социальных сетей начинают писать о вечном недовольстве и неудовлетворенности собой в связи с тем, что каждый пытается сравнить себя с идеальным, сконструированным образом. Это ведет к тому, что люди испытывают каждодневный стресс из-за якобы своей «неидеальности» по сравнению с «другим» человеком, чьи фото/статьи с мыслями видели в интернете. Появляется разного рода психологические проблемы и расстройства на основе излишних ограничений, желания полностью взять под контроль свою жизнь. В то же время на это следует реакция со стороны «блогеров», т.е. тех людей, которые ведут свой интернет-дневник и публикуют разного рода контент (фото, видео, статьи) для некоторого круга лиц или «аудитории».

В последнее время *instagram* стремительно набирал популярность и стал той платформой, где люди могут открыто выразить свои взгляды и видение, даже те, которые явно противоречат понятию «нормального», свое творчество и неординарность; *instagram* – это некое место для самовыражения, которое часто отражает текущие тенденции и тренды. В последние пару лет таким трендом в *instagram* стала мода на «естественность». На самом ли деле транслируется блогерами и одобряется пользователями ценность *натурального, природного, непритянутого, настоящего, отчасти свободного, раскованного*? Каков мотив блогеров выкладывать менее обработанные, даже порой «с изъянами» фотографии?

В рамках данной работы предполагается определение некоторых видов мотивов, по которым люди, ведущие публичные страницы (*блоги*), показывают себя «настоящими» в своём профиле, и что они сами считают «естественным», и какое значение и роль придают этой теме. Важно заметить, что блогеры – те же «подписчики», т.е. пользователи, которые в свою очередь также за кем-то «следят» в социальных сетях, и поэтому можно предположить, что их реакция – это реакция на возникшие социально-значимые проблемы.

Таким образом, исследование направлено на изучение моды на «естественность» в *instagram*, её основы и того, чем она обусловлена. Объектом в данном случае являются блогеры и их страницы в *instagram*, а предметом – их взгляд на понятие «естественности».

Структура данной работы такова: в первой главе представлена теоретическая рамка исследования, во второй отражена методология сбора и анализа данных, в третьей – аналитика по собранным интервью, и в Заключении представлены основные выводы и ответ на ключевой вопрос исследования.

## Глава 1. Понятия "моды" и "тренда" в контексте соцсетей.

Тема *красоты* всегда была актуальной и являлась одной из наиболее интересных и обсуждаемых, каковой остается и по сей день. В её контексте постоянно ведутся споры, как на уровне обывателей, так и в ученых кругах. Это связано, возможно, с тем, что в её поле постоянно возникают новые необычные феномены и социальные явления, а также присутствует много неоднозначностей в трактовках и восприятии. Эта тема тесно связана с понятиями «моды», «тренда», «тенденций», которые также не остались незамеченными исследователями.

Говоря о таком явлении, как *мода*, хотелось бы затронуть некоторые её аспекты, которые имеют отношение к данному исследованию. А.Б. Гофман в своей работе «Мода и люди» подробно пишет о модных изменениях, которые представлены в двух измерениях, а именно в инновациях и в цикличности. Автор выделяет три вида инноваций, каждый из которых соответствует своему способу осуществления: инновации посредством традиции, посредством заимствования и посредством изобретения<sup>1</sup>. В случае рассматриваемого тренда на естественность, наиболее интересный для нас вид – *заимствование*. Оно представляет собой перенос какой-то черты, ценности или тренда из одной культуры в другую<sup>2</sup>. Так в случае тенденции к возврату моды на естественность чётко прослеживается некоторая последовательность: сначала она возникает на «Западе», а потом постепенно «доходит» и до России (что заметили и некоторые респонденты в интервью, это будет отмечено позже).

Касательно *цикличности*, важно отметить, что «инновации и циклы составляют две неразрывно связанные между собой стороны модного изменения<sup>3</sup>». Явление цикла (или круговорота) в моде было замечено довольно давно, и сейчас вошло в обыденное употребление и известно многим. Отчасти оно обусловлено тем фактом, что модные стандарты и объекты периодически «изнашиваются» или изживают себя<sup>4</sup>.

В ситуации с «трендом естественности» можно утверждать, что он был ответом на слишком жесткие требования к внешности, в особенности

---

<sup>1</sup> Гофман А. Б. От моды к моде: содержание и природа модных изменений // Гофман А. Б. Мода и люди: Новая теория моды и модного поведения. М.: Издательство КДУ, 2010. С. 74-76

<sup>2</sup> Там же. С. 75.

<sup>3</sup> Там же. С. 87.

<sup>4</sup> Там же. С. 84-87.

представительниц женского пола, предъявляемые обществом<sup>5</sup>. Однако не первый раз ставится определенная норма или стандарт на внешний вид женщины: корсеты, огромные прически, косметика, разные изощрения для достижения «идеала» существовали и раньше, и мода то уходила от них, склоняясь к чему-то более естественному, природному, натуральному, свободному, то обратно возвращала их, но в иной форме. Так что такого особенного подразумевается под понятием «идеала», что к нему все так стремятся и с такой готовностью идут на жертвы ради его достижения?

### **Идеала красоты и его проблема.**

На этот вопрос даёт ответ Мур Дж. в своей работе «Принципы этики», где определяет идеал «как состояние, имеющее в высшей степени большую внутреннюю ценность<sup>6</sup>» (взято одно из трех возможных определений, упоминаемых автором). Идеал может быть выше или вообще вне наших возможностей, что дает нам основание сказать, что это лучший вариант, и к нему мы будем стремиться, и так как этот объект стремлений нельзя представить себе реально, то он часто переоценивается, при том, что настоящая его ценность очень мала: «Мы можем объяснить тот факт, что при оценке низшего реального предмета ему приписывается ценность, равная или большая той, которую мы получаем при оценке значительно более ценного предмета, но бывшего лишь плодом воображения<sup>7</sup>».

Вместе с тем, Наоми Вульф в «Мифе о красоте» ставит проблему «идеала красоты», который, по её мнению, привел к появлению многочисленных расстройств и так называемым общественным болезням наподобии РПП, анорексии, булимии, популярности всякого рода хирургических и пластических вмешательств и прочих<sup>8</sup>. Она утверждает, что оспаривать «идеал» это раньше было почти что недопустимо: «"Идеалы" ложатся на девушек слишком тяжким бременем. Они противоестественны, и слепо, рабски следовать им не только вредно для здоровья, но и совсем не круто<sup>9</sup>». Книга Вульф стала культовым

---

<sup>5</sup> Там же. С. 85.

<sup>6</sup> Мур Дж. Глава VI. Идеал // Мур Дж. Принципы этики. / Пер. с англ. Коноваловой Л.В. Общ. ред. Нарского И.С. М.: Прогресс, 1984. С. 110.

<sup>7</sup> Там же. С. 120.

<sup>8</sup> Наоми Вульф. Введение // Наоми Вульф. Миф о красоте: Стереотипы против женщин. М.: Альпина нон-фикшн, 2013.

<sup>9</sup> Там же. С. 7.

произведением и нашла поддержку многих читателей (в особенности читательниц), тем не менее, его можно отнести к ряду наиболее радикальных, что делает его недостаточным для понимания полной картины.

В данном исследовании также в некоторой степени будет затрагиваться понятие *дисплея*, которое было введено и хорошо описано в работе Эрвина Гоффмана «Гендерный дисплей». «Дисплей» – некоторые индикативные события, поведение индивидуума, включая его внешность, демонстрирующие его социальную идентичность, настроение, намерения и жизненные планы, его отношение к другим<sup>10</sup>. При чём не исключена некоторая культурная схожесть разных индивидов. Другими словами, «дисплей» представляет собой наблюдаемое поведение, но в смысле того, что человек, исходя из культуры и своего воспитания, ведет себя определенным образом. «Наше» поведение, даже если оно ничем, казалось бы, не продиктовано, берется не «из воздуха» – когда-то мы научились делать что-то «базовое», что теперь делаем «машинально», не задумываясь. И, таким образом, выходит, что так как в культуре есть концепт естественности, то мы его перенимаем и как бы смешиваем с нашей природной естественностью.

### **Специфика восприятия.**

Из другой книги Э. Гоффмана, «Представление себя другим в повседневной жизни» необходимо вынести следующую важную мысль: «Когда индивид представляет себя перед другими, его "исполнение" будет нести на себе общепринятые обществом ценности, в большей мере, чем это делает его поведение в целом<sup>11</sup>». С другой стороны, и в дополнение, надо также принять во внимание тот факт, что есть некоторые ориентиры, установки, внутренние утверждения, которые определяют видение человеком того или иного предмета. Е. Зазевская в своей статье «Гендерные схемы в восприятии гендерно-нейтральных изображений» пишет, что «Хотя люди обычно убеждены в том, что они имеют объективную картину окружающего их мира, их восприятие является

---

<sup>10</sup> Гоффман Э. Гендерный дисплей // Введение в гендерные исследования. Ч. II: Хрестоматия / Под ред. Жеребкина С.В. Спб.: Алетейя, 2001. С.306-335.

<sup>11</sup> Гоффман Э. Идеализация // Гоффман Э. Представление себя другим в повседневной жизни. М.: КАНОН-пресс-Ц, Кучково поле, 2000. С.68.

глубоко субъективным и сильно подвержено влиянию их когнитивных схем и предрассудков<sup>12</sup>». Её исследование проводилось на основе анализа реакции, отношения и восприятия участниками картинок с животными. Выводы были следующие: «Мы обнаружили, что при восприятии изображений гендерно-нейтральных животных, люди не отражают объективную реальность, а автоматически трансформируют ее через гендерные схемы и приписывают образу определенный гендер<sup>13</sup>». То есть, не все те взгляды, мысли, изречения, кажущиеся нам «нашим собственным», является таковым на самом деле.

Другой теоретик, Л. Малви, пишет о том же явлении, только с другой стороны. В своей статье «Визуальное удовольствие и нарративный кинематограф» она анализирует преимущественно кинематограф, но многие её выводы вполне применимы и в контексте изучения социальных сетей, блогов и прочих публичных страниц, учитывая то, что в последние несколько десятилетий они набрали огромную популярность и стали частью повседневности многих людей. «Конвенции традиционного фильма фокусируют внимание на созерцании человеческих фигур<sup>14</sup>», они антропоморфны. Анализируя этот факт через ребёнка, автор говорит, что «любопытство и желание смотреть смешиваются с восхищением перед похожестью и узнаванием<sup>15</sup>», и появляется такой феномен как «зеркальный момент», который предшествует языку. Фактически, имеется в виду, что человек примеряет на себя то, что он увидел на картинке/в кадре, в чём себя узнал; он приравнивает к своему реальному образу то, что он хотел бы видеть, то, что кажется ему идеальным, представляя реальное и нереальное в одной картинке<sup>16</sup>.

С учетом специфики предмета и тех особенностей человеческого восприятия через призму своего прошлого опыта и некоторых бессознательных установок, стоит упомянуть и психологическую сторону этого вопроса, а именно посмотреть на то, какие бывают разные типы восприятия. Об этом пишет Д.Д. Мухортова в публикации «Типы

---

<sup>12</sup> Перевод англоязычной статьи *Zizevskaia E., Shchukina M. Gender schemas in perception of gender-neutral images // Psychology in Russia: State of the Art. 2018. V. 11. No 1. P. 151–163.*

<sup>13</sup> Там же.

<sup>14</sup> Малви Л. Визуальное удовольствие и нарративный кинематограф // Антология гендерной теории. Минск: ПроPILEI, 2000. с. 280-297.

<sup>15</sup> Там же.

<sup>16</sup> Там же.

восприятия и школа». Определяя первоначально понятия, автор говорит, что «восприятие – это психический процесс отражения предметов и явлений действительности в совокупности их различных свойств и частей при непосредственном воздействии на их органы чувств<sup>17</sup>». Выделяют 3 основных типа восприятия – визуальный аудиальный и кинестетический – первый из которых считается самым распространенным. *Визуальный* тип восприятия характеризуется тем, что человек принимает основной объём сведений о мире через органы зрения. Выделяют различные виды визуального восприятия: через цветовую гамму, через образ и структуру картинки в целом и т.п. Затем, если человек получает основную информацию через слух, воспринимая звуковую составляющую, то это *аудиальный* тип восприятия. Он также делится на 2 подтипа: – аудиально-тональная – это когда звук воспринимается исключительно как чисто физическое явление; аудиально-дигитальная – это когда важна смысловая и логическая составляющая формы звука, то есть воспринимаются в основном слова и их сочетание, фразы<sup>18</sup>. Тем не менее, несмотря на различия, общая особенность этих подтипов в том, что здесь будут важны звуковые ассоциации, если речь идет об instagram-картинке, например. И последний, *кинестетический* тип восприятия, характеризуется тем, что информация наилучшим образом воспринимается через прикосновение, тактильные сенсоры. Человеку с данным типом восприятия важна текстура, ткань, материал. В некоторых других источниках можно найти ещё и четвертую категорию восприятия людей – *дигиталы* (или дискрететы), которая была выделена сравнительно недавно. Для них характерно усвоение информации через систематизацию, упорядочивание, расстановку всего «по полочкам». Как правило, применительно к данному исследованию, важно заметить, что такие люди часто обращают внимание на эмоции в картинке, движения, позы, им важна «логика картинки» и цельность того, что стоит за ней.

Последнее, что хотелось бы обозначить, это некоторые специфические стороны изучения интернет пространства. В связи с этим, подходящей работой по данной теме станет статья Владимира Звоновского «Самоидентификация пользователей в онлайн пространстве. Виртуальные

---

<sup>17</sup> Мухортова Д. Д. Типы восприятия и школа // Молодой ученый. 2016. №17. С. 300-301. URL <https://moluch.ru/archive/121/33384/> (дата обращения: 22.10.2019).

<sup>18</sup> Там же.

личности». Здесь автор делает несколько важных выводов и пометок. Первое, что хотелось бы выделить, это то, что в рамках исследования Звоновского был проведён довольно крупный опрос, где один из участников очень метко выразил мысль: «Можно подделать дружелюбие, можно подделать интеллект. Можно подделать уверенность. Вот ее, кстати говоря, часто подделывают! Это такая популярная среди подделок вещь<sup>19</sup>». И действительно, многие пользователи на опыте убеждаются в справедливости данного утверждения. Во-вторых, автор приводит следующие данные и заключения, важные для настоящего исследования<sup>20</sup>:

1. Распределение ответов на вопрос «Я не беспокоюсь о мнении других людей» (% в группах) показало, что несколько бóльший процент тех людей, которые согласились с этим утверждением при телефонном опросе, чем при онлайн опросе. Другими словами, в разговоре люди более склонны думать, что независимы от чужого мнения, чем в сети.
2. Около 76% опрошенных пользователей сети сообщили, что не стремятся изменять свои черты личности в интернете.

Отметим, что «возможно, интернет позволял респондентам быть искреннее в оценке себя, ведь им не приходилось говорить о себе с незнакомым человеком, а признаться в своей замкнутости может быть не просто<sup>21</sup>». Но что важнее, «В ситуации межиндивидуального, пусть и опосредованного телефонной линией контакта, респонденты стремятся выглядеть более независимо<sup>22</sup>». Выводы, полученные в исследовании Звоновского, несомненно, важно учитывать и в контексте предлагаемого исследования, так как полевая его часть проходила через телефонный разговор. Рассмотрению этого вопроса будет посвящена следующая глава.

---

<sup>19</sup> Звоновский В. Самоидентификация пользователей в онлайн-пространстве. Виртуальные личности // Телескоп. 2015. №4 (112). С. 32-36.

<sup>20</sup> Там же. С. 35.

<sup>21</sup> Там же. С. 35.

<sup>22</sup> Там же. С. 34.

## **Глава 2. Программа исследования**

**Ключевой вопрос:** *Какова мотивация блогеров выкладывать «естественные» фото?*

**Цель исследования:** выявить мотивы блогеров выкладывать «естественные» фото.

**Теоретический объект исследования:** виртуальный образ «естественности», транслируемый в социальных сетях.

**Эмпирический объект исследования:** блогеры и их страницы в instagram.

**Предмет исследования:** взгляд блогеров на понятие «естественности».

### **Задачи исследования:**

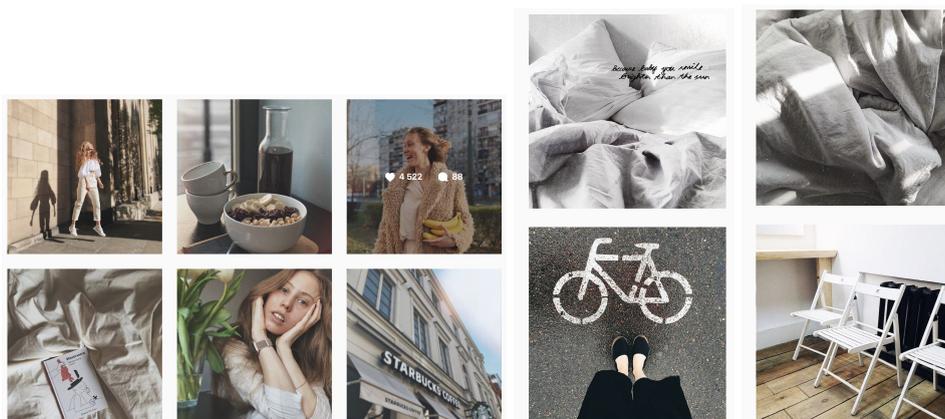
1. Выявить критерии «естественности» профиля блогера для отбора респондентов (посредством контент-анализа).
2. Выявить и классифицировать мотивы блогеров выкладывать «естественные» фото в социальной сети instagram (посредством интервью).

## Методология

На первом этапе данного исследования требуется изучение instagram-пространства. Оно происходило посредством контент-анализа публикаций несвязанных друг с другом профилей различных пользователей. Этот метод был использован для выявления критериев «естественные» и дальнейшего отбора по ним респондентов для интервью.

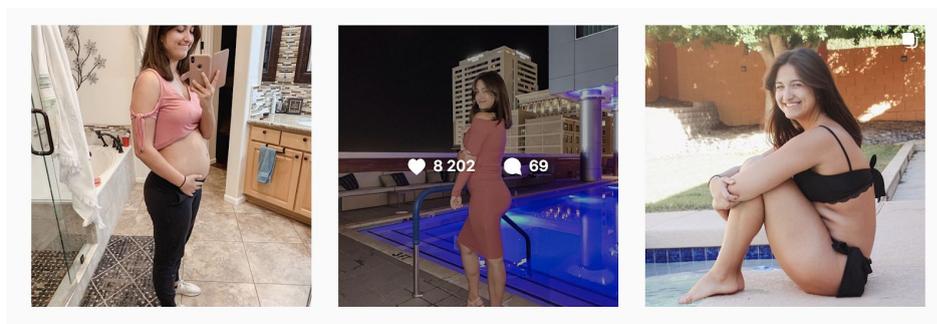
С опорой на приведённые ранее теории о разных видах восприятия, были выделены следующие *критерии* «естественных профилей»:

- бежевые, спокойные, мягкие тона и оттенки фотографий. [пример]:



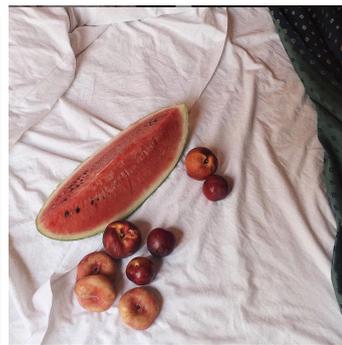
- выгорание и блики, потертости на фото [пример тот же];

- реальные эмоции и не «ледяное» выражение лица; иногда на фото запечатлены кривляния, специальный акцент внимания на «недостатках» (часто показывается некоторая их эстетическая сторона) [пример тот же и дополнение];



- демонстрация повседневности;

- фото содержит в себе предмет с некоторой отчетливо видимой текстурой или вещи из натуральных тканей (лен, шерсть и т.п.);



- пейзажи и природные объекты (такие как растения, цветы);  
- передача звуков или движения (например, волны или брызги);  
[фото 3].



Отмечу, что данные критерии могут комбинироваться в разном соотношении между собой и отнюдь не обязательно наличие всех указанных критериев для того, чтобы назвать профиль «естественным».

Следующим этапом исследования был поиск аккаунтов и проведение интервью с пользователями, страницы которых содержали хотя бы 2 выделенных критерия. Проводилось *полуструктурированное интервью*: при его проведении, в зависимости от темпа и развития разговора, добавлялись, менялись или убирались некоторые вопросы (или блоки вопросов). Каждое интервью бралось удаленно через мессенджер Whatsapp с предусмотренной записью всего интервью на диктофон (пример транскрипта одного из них – в Приложении). Такой способ сбора данных был выбран по следующим причинам:

(1) Все респонденты являются студентами или людьми, работающими на постоянной основе, поэтому у них у всех насыщенный график и представлялось затруднительным найти подходящее время для встречи вживую. Был найден компромисс в виде голосовой коммуникации через указанный мессенджер.

(2) К преимуществам данного формата интервью относится то, что информант чувствует себя более расслабленно, в связи с непринужденной обстановкой и отсутствием некоторых сковывающих обстоятельств и факторов, что способствует большей расположенности респондента к рассказам и беседе в целом.

К недостаткам относится то, что через данный вид связи сложно судить о выражаемых эмоциях информанта в момент взятия интервью, так как нельзя наблюдать мимику и жесты (видеосвязь во время интервью не осуществлялась по просьбам самих участниц). Тем не менее, этот минус представляется несущественным, так как предмет данного исследования не затрагивает личное пространство и личные темы, он лишь предлагает выразить мнение по поводу своих же интересов.

Всего было взято 5 интервью, информация о которых представлена в следующей таблице:

Никнейм в instagram	Кол-во подписчиков на момент взятия интервью	Ведущий критерий(-ии) "естественности"	Длительность интервью
elizaveta.gorelova	545	демонстрация повседневности; природный компонент	27 минут
sky.tanya	1271	блики и потертости фотографий; передача движения	21 минута
alina_ssw	306	демонстрация повседневности; природный компонент; передача движения, звуков	16 минут
dariakryt	41,6 тыс.	живые эмоции; блики и потертости	22 минуты
aadacher	432	демонстрация повседневности, предметов быта, особого взгляда на эстетичное	35 минут

## Гайд интервью

1. Можешь рассказать для начала немного о себе: Сколько тебе лет? Чем занимаешься (профессия, хобби, не считая instagram)? Как можешь охарактеризовать себя в двух словах? Когда ты решила стать блогером и почему?

2.1. Можешь назвать 3-5 основных посылов своего блога, которые хочешь донести до аудитории? Поднимаешь ли специально тему «естественности» в своём блоге? Считаешь ли её важной и почему? Если да, то как хочешь её преподнести своей аудитории?

2.2. Есть ли какая-то определенная причина(-ы), почему ты выкладываешь необработанные/малообработанные, без использования явного фотошопа, фото? Стремись ли казаться «естественной» в своем блоге? Почему да/нет? [*если отношение к естественности поменялось, то*] какое событие или исходя из какого соображения ты стала стараться быть более «естественной» на фото/в сториз?

3.1. Про что задумывался твой блог изначально? Поменялась ли глобально его тематика со временем или может поменялось направление, какие-то детали, нюансы? Что изменилось в его содержании? Если изменилось, то что, как тебе кажется, могло повлиять на это?

3.2. Каким был твой instagram раньше? Фотошопила ли фото на начальных стадиях, когда только зарегистрировалась, например? Если да, то почему (если помнишь)? Удаляла ли свои старые фото? Почему? Как визуально изменился твой блог и есть ли у этого какая-то причина?

### Глава 3. Анализ данных интервью

На основе данных, полученных в ходе интервью, можно составить следующую классификацию «естественных профилей» в instagram:

1. Страницы «блогеров»:
  - a. Понимающие и осознанно пришедшие к «пропаганде» естественности;
  - b. Неосознанно поддерживающие данную тенденцию.
2. Люди с красивым и «настоящим» профилем, понимающие, что тенденция к распространению идеи естественности есть, возможно даже на собственном опыте прошедшие некоторые связанные с этим этапы становления, но не акцентирующие большое внимание на этом; для них более важен контент.
3. Люди «вне» тренда на естественность:
  - a. Обывательские страницы с личными публикациями не нацеленные на дальнейшее развитие профиля;
  - b. Профиль в instagram как продолжение или частица «себя»; для них страница - это способ самовыражения, коммуникации и получения интересной и/или полезной информации.

Рассмотрим каждый пункт классификации подробнее и с анализом конкретных данных, на которых он основывается. Но прежде чем приступить к описанию данных, полученных об информантах, обращу внимание, что в рамках данной классификации не рассматриваются коммерческие страницы (магазинов, салонов красоты и прочих организаций), а также страницы СМИ, журналов и прочих аккаунтов, которые ведутся группой людей и не представляют из себя блога определенного человека, выражающего личные интересы/мысли/мнение.

Итак, первым пунктом классификации были названы «страницы «блогеров»». Один из подпунктов данной классификации не был выведен, как прочие, непосредственно из интервью, так как к нему чаще всего относятся так называемые «популярные» блогеры с большой аудиторией, связаться с которыми представляется весьма затруднительным. Однако тенденция к выделению данной подгруппы была выявлена, что может быть продемонстрировано на примере блогера-миллионника Александры

Митрошиной (@alexandramitroshina). Ниже будет приведена цитата одного из её постов от 24 декабря 2018 года:

*«Мой принцип: никакой ретуши на фото, в частности, никакого фотошопа лица и тела.»*

*Мне не хватает этого в соцсетях и медиа: обычных человеческих лиц и тел, не пластиковых, не идеальных, в движении, как есть. Решила начать с себя.*

*Честно: полтора, два года назад не могла принять себя, как есть, и использовала редакторы. Тут подправить, там складку убрать. (Пролистайте вправо, посмотрите на позы, на обработку. Я там даже топик «погладила» в фейсбуке и розетки все поудаляла)*

*Мелочи, на до/после разницы бы никто и не заметил, но я-то знала!..*

*Перестала. Прекратила старательно позировать (почти). Фотографии стали мне нравиться больше. Потому что правда, потому что это я.*

*Попробуйте, даже если идея кажется неприглядной и недостойной социальных сетей. Это только кажется.*

*На этой фотографии я не убрала родимое пятно на спине, похожее на синяк, и не стала исправлять ткань белья, вращающуюся в кожу*

*Талию не тронула*

*Кожу не сгладила*

*Что там ещё можно сделать, чтобы был идеал*

*Парадокс: я стройная девушка, вроде бы вписывающаяся в общепринятый «стандарт», но все равно, разглядывая фото, вижу в себе «недостатки».*

*Потому что в голове глянцевый стандарт «как должно», а не жизненное “как на самом деле”»*

Из приведённого фрагмента публикации можно видеть, что есть явное стремление, во-первых, помириться с самой собой, с такой, какая ты есть на самом деле, а не представлять в голове и показывать себя-идеальную, во-вторых, донести этот посыл и до своей аудитории.

Ко второму подтипу первого типа выведенной классификации, т.е. «блогеры, неосознанно поддерживающие тенденцию распространения привлекательности естественного», относится одна из информанток (№1 по таблице), у которой было взято интервью. Девушка фактически назвала себя «начинающим блогером», так как в её планы входит развитие блога. Сейчас у неё около пятисот подписчиков, но среди них уже есть те люди, которые ей не знакомы и подписались на неё из-за контента, которые также комментируют её публикации. Информантка в своих ответах упомянула, что задумалась о теме естественности *около 2 лет назад*, и эта дата совпадает с той, которая была упомянута в цитате выше. Значит, из этого можно предположить, что тренд на естественность начал приобретать свою актуальность в России около 2-3 лет назад. Девушка рассуждала об интересующей нас теме на примере блогов семейных пар (так как именно эту тему хочет освещать и развивать в своём профиле), выделив те, которые показывают свои отношения только *с идеальной стороны*, при этом не упоминая о трудностях. По её мнению, именно это представляется «*неправильным*», «*неестественным*», именно это ей не нравится.

Рассматриваемая информантка причисляется к категории блогеров, именно неосознанно поддерживающих тренд на естественность потому, что девушка практически не говорила о нём в общем контексте, а более рассуждала конкретно своих предпочтениях, о том, что она сама пришла к данным выводам и что ей так больше нравится. Это представляется важным и значимым, так как остальные информантки всё же чаще делали оговорки о том, что тренд на естественность действительно есть, и он затронул их или они под него «*подстроились*», что позволило сделать вывод об их понимании и о том, что он не остался незамеченным ими в глобальном контексте.

Второй тип, то есть людей с красивым профилем, «относящихся» к теме естественности, но не акцентирующих на ней внимание, представили 2 другие девушки-информантки, согласившиеся дать интервью (№2 и №4). Транскрипт интервью с одной из них представлен в Приложении. Здесь обращу внимание на то, что девушка пришла к идее естественности постепенно, этот процесс был представлен в виде «эволюции» её как личности. Под понятием «естественности» респондентка более понимает *«быть самим собой»*, что не исключает некоторую подачу себя в сети и некоторое конструирование виртуального образа, однако, что важно, отражающего частичную реальность человека, стоящего за ним. Естественность – это о том, чтобы показывать и «бытовую сторону» жизни, но подразумевается, что так или иначе, этот показ не выходит за некоторые рамки приличия, что человек всё-таки показывает не «всё подряд», а некоторую часть, которая помогает лучше понять некоторую ситуацию, некоторые обстоятельства. То есть передать всё, как есть на самом деле, до мелочей – невозможно, по её мнению, но *«искренность, правдивость человека в блоге важна, да и оно как-то чувствуется сразу, искренен человек или нет»*.

Вторая респондентка примечательна тем, что в беседе она немного больше указала на своё понимание и поддержку данного тренда. Она чётко понимает, что *«есть тенденция естественности, перенимаемая с Запада»*, однако не старается как-то особо сама преподнести эту тему у себя в профиле, но явно поддерживает и радуется тому, что тренд распространяется. Стоит сказать, что девушка была некоторое время «блогером» (50 тыс. подписчиков на ютубе), хотя сейчас таковым не является (хотя и хочет возобновить данную деятельность), что сыграло некоторую роль в формировании её взглядов: она мало обращает внимание на субъективно-оценивающую реакцию подписчиков, так как опыт ведения ютуб-канала показал, что на один и тот же контент разные люди смотрят по-разному – что расценивается, как красивое одними, является некрасивым или даже отвратительным для других. Поэтому девушка считает, что *чем увереннее ты становишься, тем более естественно ты ведёшь себя на публику*. Другими словами естественность идет изнутри, из внутренней уверенности в себе.

Следующий тип также был подкреплён данными интервью. Первый подтип представил профиль девушки, которая ведет страницу и выкладывает там личные публикации, не нацеленный на дальнейшее развитие (Интервью №3). Примечательно, что информантка мельком заметила тенденцию естественности, но, во-первых, не интересовалась ей, во-вторых, не считала (и не считает) её важной, весомой. Для неё не столь значительно то, насколько «естественен» пользователь instagram, на которого она подписана, сколько важна сама информация, которая освещается в блоге. Если проводить параллель, то можно сказать, что данный тип пользователей фактически находится «вне» потока (то есть тренда), как бы не относясь к нему совершенно.

Второй подтип интересен несколько в другом свете. Профиль следующей респондентки (Интервью №5) характеризуется как продолжение «себя». Он отражает некоторые изменения взгляда на что-то, в случае рассматриваемого человека, это изменение взгляда на эстетику: переход от *«просто бьюти-блогерши, которая фоткает красивые места и всё такое»* к *«чему-то такому, более андеграундному, может быть, более артовому, потому что тогда я уже начала интересоваться искусством»*. Туалет, стекло в маршрутке, пепельница, «полуразваленные», засохшие цветы на столе, предметы быта обычного человека – всё это может стать эстетичным; поиск красивого в повседневном. Большое внимание к деталям. Информантка отмечает, что профиль существует скорее для знакомых, так как посторонние вряд ли поймут, и просто для самовыражения.

Также хотелось бы отдельно отметить, что отношение к удалению фото в сети у разных типов выведенной классификации разное. Первому типу пользователей характерно то, что они удаляют фото либо из-за того, что они им не нравятся по личным-субъективным параметрам (поза, лицо и т.п.), либо из-за слишком личных деталей, которые переданы на них. Второй тип пользователей более склонен либо выкладывать фото сразу соответствующее пониманию «красивого» и «приемлемого» в долгосрочной перспективе, либо, если доходит до удаления каких-то снимков, то причина в слишком личном характере фото. Третий тип наиболее стабильный: им интереснее не удалять фото вообще, чтобы потом увидеть ход изменений, хотя даже если что-то удаляется, то скорее

из-за того, что «просто разонравилось/надоело» и большого внимания этому не уделяется.

### **Выводы.**

Таким образом, в рамках данного исследования были выявлены критерии «естественности» профиля блогера, которые в дальнейшем были использованы для отбора респондентов. Эти критерии характеризуют блог через наличие на фотографиях определенных цветов, оттенков или тонов, некоторых “натуральных” эффектов (например, пародирующих пленку старых фотоаппаратов), реальных эмоций или движения, некоторых объектов (часто природных или связанных с бытом) и пейзажей/обстановок. Важно, что отнюдь не обязательно наличие всех перечисленных критериев, вполне достаточно, чтобы профиль имел хотя бы 2 из них.

На основе данных, полученных от респондентов, профили которых содержали названные выше критерии, была сформирована классификация instagram-профилей, в числе которых не рассматривались страницы СМИ и журналов, интернет-магазинов, профили, созданные поклонниками знаменитости и т.п.. Классификация создавалась по следующим параметрам: характер понимания и осознания рассматриваемого блогера понятия “естественности”; образ и категории слов, которыми респондент рассуждает о данной теме, на что обращает и заостряет внимание; личная оценка важности поднимаемой темы; отношение к другим блогам в рассматриваемом вопросе.

Из выведенной классификации видно, что мотивация блогеров выкладывать «естественные» фото может быть совершенно различной, начиная от того, что блогер просто слепо следует тренду, выкладывая более «правдивые» фото и пропагандируя естественность, и заканчивая тем, что у пользователя с «естественным» профилем отсутствует этот самый мотив как таковой, что связано с тем, что человек попросту не задумывается над этим, выкладывая фото, или же руководствуется какими-либо другими соображениями. В то же время, из рассуждений, изложенных в настоящем исследовании, вполне можно допустить, что тренд на «естественность» был ответом блогеров на ограниченность

instagram, который изначально задумывался не в качестве места для самореализации и самовыражения, а как платформа для выкладывания фотографий и формирования подборок из них; это ответ на слишком жесткие рамки и запреты, на ранее возникшие и распространившиеся тенденции идеализации другим себя, демонстрации им лишь светлой стороны жизни. Ведь блогеры - тоже чьи-то подписчики, а им хочется видеть правду, а не только красивую картинку.

Несомненно, выборка данного исследования из 5 респондентов не вполне достаточна для отражения всего спектра возможных мотивов и их полной точной классификации, что оставляет поле для дальнейшего исследования. Для начала можно было бы увеличить число респондентов и посмотреть, не появится ли новый подтип, специфичный, сильно отличный от других уже выведенных. Далее было бы любопытно посмотреть, на сколько те, кто ведет блоги, подпадающие под выведенные критерии “естественности”, соответствуют в реальной жизни тому, что заявляют о себе в instagram, и проверить и соотнести их осознанность со стилем их жизни и самоидентификацией, самоподачей.

## Список литературы

1. Вульф Н. Миф о красоте: Стереотипы против женщин. М.: Альпина нон-фикшн, 2013.
2. Гофман А.Б. Мода и люди: Новая теория моды и модного поведения. М.: Издательство КДУ, 2010.
3. Гоффман Э. Гендерный дисплей // Введение в гендерные исследования. Ч. II: Хрестоматия / Под ред. Жеребкина С.В. Спб.: Алетейя, 2001. С.306-335.
4. Гоффман Э. Представление себя другим в повседневной жизни. М.: КАНОН-пресс-Ц, 2000.
5. Звоновский В. Самоидентификация пользователей в онлайн-пространстве. Виртуальные личности // Телескоп. 2015. №4 (112). С. 32-36.
6. Малви Л. Визуальное удовольствие и нарративный кинематограф // Антология гендерной теории. Минск: ПроPILEI, 2000. С. 280-297.
7. Мур Дж. Принципы этики. / Пер. с англ. Коноваловой Л.В. Общ. ред. Нарского И.С. М.: Прогресс, 1984.
8. Мухортова Д.Д. Типы восприятия и школа // Молодой ученый. 2016. №17. С. 300-301. URL: <https://moluch.ru/archive/121/33384/> (дата обращения: 22.10.2019).
9. Zizevskaia E., Shchukina M. Gender schemas in perception of gender-neutral images // Psychology in Russia: State of the Art. 2018. Vol.11. №1. PP. 151–163.

## **Приложение.**

### Приложение 1. Транскрипт интервью №4

**- Наверное сначала расскажи, пожалуйста, немного о себе, сколько тебе лет, чем занимаешься, профессия, хобби, не считая инстаграма.**

- Меня зовут Даша Крутикова. Мне 21 год. Я сейчас учусь на 4-ом курсе «Медиа и Коммуникации» ВШЭ. Я в данный момент официально нигде не работаю. До этого работала 9 месяцев в «Лента.ру» в отделе «Культура». Я люблю читать. Сейчас делаю свой медийный проект, несвязанный с instagram, и почти всё моё время и деньги уходят на него.

**- А instagram для тебя чем является? Потому что 40 тыс. подписчиков, это, конечно, не мало.**

- Ну, раньше, когда я только начинала, а начинала я достаточно давно, на заре instagram, так сказать, я училась ещё в 10 классе и начала увлекаться блоггерством, решила попробовать, что это вообще такое. Сейчас же это скорее приятное дополнение к моей жизни, которое позволяет знакомиться, ходить на какие-то мероприятия (иногда меня на них зовут), получать подарки. Но я не веду и не вела никогда instagram ради денег, то есть рекламой профилей не занималась. Instagram для меня скорее платформа, где я могу чем-то поделиться. И для меня это важно, мне нравится и нужно с кем-то делиться. Приятно получать от этого feedback, когда пишут спасибо за рекомендации или за атмосферу. Но это просто хобби.

**- Но всё-таки блоггером себя считаешь?**

- Нууу, не сказать, чтоб прям считаю себя блоггером. Могу выложить пост раз в 2 недели. Хотя когда путешествую, например, у меня появляется время и материал, чтобы прям активно чем-то делиться и о чём-то интересном рассказывать. В такие моменты чувствую себя блоггером. Хотя, я считаю, что каждый человек, который что-то открыто постит в медиа-пространство, неважно, какая это сеть или платформа, является отчасти блоггером.

**- Но вот смотри, есть же люди, которые не заморачиваются над тем, что выкладывать (не обрабатывают совсем), они просто захотели и выложили в никуда, скажем так. А у тебя всё-таки есть какая-то визуализация, подборка фото и т.д.**

- Да, конечно, есть, но, честно говоря, это не совсем моя заслуга. У меня просто лучшая подружка фотограф (\*смеётся\*) и если у неё есть свободное время, она меня фотографирует. Поэтому вся моя визуализация - это фактически её заслуга,

и её взгляд, особенно в последнее время, так как все самые классные снимки - её рук дело.

**- Хорошо, а как тогда так получилось, что у тебя 40 тыс.? Просто набежали?**

- Ну да, это происходило довольно постепенно, с того времени, как instagram ещё не был market place, а дал довольно «человеческой» соц. сетью, многие подписчики пришли именно в начале моего увлечения, когда я ещё рассказывала про поступление, переезд из большого города в маленький, про 11 класс и так далее. Вот тогда пришли первые 20 тыс., остальные пришли уже за то время, пока я живу в Москве, часто благодаря каким-то знакомствам, благодаря тому, что я не сидела дома и постоянно о чём-то рассказывала. Как-то давно пробовала заняться продвижением своего профиля, платила несколько раз за то, чтобы его где-то показали, но это особого толку не дало, я вообще не поняла, что это такое, поэтому больше к тому, что «платить за подписчиков» я не возвращалась. Да и вообще, мне кажется, если твоя страница интересная, стоящая, то рано или поздно тебя всё равно найдут и станут читать.

**- Давай так, я поняла, что твой instagram, его ведение, идёт параллельно с повседневной жизнью и прям как род деятельности ты его не расцениваешь. Но всё-таки, как сама считаешь, у него есть какие-то посылы?**

- Ну, я делюсь там вообще много чем, это и какие-то интересные книги или фильмы. Но проще сказать, чем я не делюсь. Я не делюсь своими секретами, душевными переживаниями, откровенностями стараюсь не показывать негатив, так как, а зачем, плохие дни бывают у всех.

**- А поднимаешь как-то специально тему естественности в instagram?**

- Мммм, неет. Я не отношусь к активисткам, да и к профилям, яро отстаивающим какую-то позицию (феминистки-активистки) отношусь с настороженностью. Так как я работала в новостном издании, то скорее поднимаю темы, связанные с повесткой дня, митинги, споры в интернете, но всегда оговариваюсь, что я не политик и не политолог и всё такое. Вот это я считаю важным.

**- Хорошо, возвращаясь к теме, было ли такое, что подписывалась на определенные профили в instagram из-за того, что они «естественные» или наоборот, отписывалась из-за того, что слишком уж много обработки?**

- В основном я всё-таки подписываюсь на людей из-за контента, то есть мне не всегда важно, как человек выглядит на фото. Сейчас мне больше интересно

какой человек стоит за профилем и интересно ли за ним наблюдать, а не то, как гармонично выглядит его профиль. Но всё-таки искренность, правдивость человека в блоге важна, да и оно как-то чувствуется сразу, искренен человек или нет.

**- Но сама-то стараешься у себя в профиле быть «правдивой»?**

- Да, конечно. Мы вот недавно ездили в поход, и тогда я у себя в stories выкладывала то, как мы вставали в 5 утра, все опухшие и сонные, и даже что-то вещала вся такая красивая. \*смеётся\*. И на самом деле, я такое и сама люблю смотреть в историях, когда люди показывают без приукрас какие-то такие вещи.

**- Не комплексовала по поводу таких stories?**

- Нет, конечно, были моменты, когда перед тем, как выложить «опухшие истории» я думала, что вот, сейчас все посмотрят и увидят, какая я стрёмная и сразу отпишутся от меня. Но это было секундно, потому что как себя не фотошопь, что бы не показывай, наступает момент, когда ты добиваешься, например, популярности, когда люди сталкиваются с тобой оффлайн, в метро или на улице, и ты всё равно не скроешь уже себя.

**- А раньше такое же было отношение к этому?**

- Ну я думаю что да, конечно, с 10-го класса время прошло, я повзрослела, уже на 4 курсе. Отношение менялось ко всему.

**- А было такое, что могла раньше выложить себя на фото неотретушированной, с явными изъянами или что-то в этом духе?**

- Нет, раньше не могла.

**- А сейчас можешь?**

- Ну как, я всё равно стараюсь выбирать фотографии, на которых я себе нравлюсь, если это не какой-то заведомый прикол, знаешь, где на фото кривляешься. А так, фотографии, где я себе не нравлюсь, на которых мне кажется, что я плохо получилась, я, конечно, неставляю. А зачем?

**- Было ли какое-то событие или какой-то человек, что повлияло на тебя и поменяло отношение к этому?**

- Наверное, нет, не было. Я начала задавать себе вопрос, а что интересно мне? Мне было не интересно быть одинаковой со всеми.

**- Что больше нравится всё-таки, «картинка» и показ красивой жизни или «правда»?**

- Наверное, правда.

**- Ты сказала, что отношение постепенно менялось, а когда начало меняться?**

- Где-то в середине 1 курса (2017). И менялось очень постепенно, не так, чтобы я в одно утро проснулась и поняла, что всё, я теперь буду естественной. В какой-то момент я не знала, что писать, о чём рассказывать, потому что нет такой жизни, чтобы каждый день у тебя было какое-то интересное событие, плюс были некоторые загонны. Бывало, что на несколько недель удаляла instagram, так как «чёт я запуталась», и он ещё и забирает много энергии, потому что я постоянно думаю о том, что выложить, что рассказать. И я понимала, что так не должно быть, что-то не так, оно не так начиналось. В итоге через всё это я прошла, сейчас всё более менее стабильно. У меня есть несколько людей, за которыми я постоянно слежу, и это, как правило, не супер популярные блогеры. У них есть работа, профессия и пишут они на темы, которые близки им и из жизни, о своём опыте. Вот это мне интересно.

**- Хорошо. А поменялась ли как-то глобально тематика твоего блога?**

- Да нет, как было про жизнь, так и осталось. В прошлом году меня много спрашивали про учёбу, я в итоге накатала огромный пост, чтобы не спрашивали одно и то же. Хах.

**- То есть твой блог - это про тебя, про твои интересы, книги, учёба, путешествия?**

- Ну да. Да.

**- А что с визуальной составляющей? Она наверняка поменялась. Меняла ли как-то специально?**

- Нет, не меняла. Просто когда каждый день крутишься в медиа, то интуитивно улавливаешь тренды. Подстраиваешься незаметно для себя под всё это. Это как с одеждой, видишь, что люди носят вокруг, увидел что-то интересное, такой «о, прикольно». Это как-то совершенно естественно проходит.

**- Хорошо, а раньше каким твой instagram был? Фотошопила ли сильно на первых этапах, когда зарегистрировалась?**

- Когда только зарегистрировалась, нет, не фотошопила. Потом уже начала обрабатывать цвет, контраст, фильтры использовать, какие-то детали в роде глаза ярче сделать, щеки убирать, ну и в этом духе. Сейчас я по этому поводу вообще не парюсь. На самом деле, мне просто очень повезло с подружкой, почти на всех её фотографиях я себе нравлюсь. То есть сейчас я даже могу ни в какие приложения по обработке не заходить, она мне просто скидывает целым файлом фото и я уже из них выбираю.

**- А свои старые фото удаляла?**

- Да. Но это скорее из-за того, что поменялось моё мировоззрение, я поняла, что ни к чему быть настолько открытой, захотелось некоторую информацию уберечь.

**- И всё-таки, если говорить глобально, какое твоё отношение к тренды естественности?**

- Не могу сказать чётко, потому что само понятие, я считаю, неоднозначное. Для кого-то, например, естественно быть накрашенной. Я просто за то, чтобы быть самим собой, вести себя так, как тебе хочется. Я против откровенного вранья, но в медиа мы всё равно конструируем себе образ. Это неизбежно: что-то замалчиваешь, на что-то акцентируешь внимание. Чтобы быть максимально естественным в своём блоге, надо быть в прямом эфире 24/7. В целом, я рада, что появился такой тренд, так как аудитория становится более грамотной и блогеры чувствуют какую-то ответственность перед ней. Поэтому не надо врать, а всё остальное, каждый для себя выбирает сам. Я за честность и искренность.

**- Хорошо. Наверное, на этом всё. Спасибо тебе за интервью!**