

## Диагноз по фотографии

Юзерники в социальных сетях говорят о нас больше, чем хотелось бы

<http://week.izvestia.ru/other/article12225>

Ирина Шкуратова, 29 октября 2010 г.



Мария Малиновская

Пользователи социальных сетей в интернете очень серьезно относятся к выбору фотографии для самопрезентации. Критерии, которыми мы руководствуемся, заинтересовали психологов. Профессиональный взгляд на картинки пользователей изложила "Неделе" **Ирина Шкуратова**, доцент кафедры психологии личности Южного федерального университета.

### Аватары выходят из моды

Первые аватары - то есть условные картинки, идентифицирующие пользователей, - появились в интернете для ролевых виртуальных игр. Человек брал себе роль злодея, рыцаря, дамы и прочее, чтобы себя соответственно презентировать. Потом эта традиция перешла в форумы и социальные сети.

Предъявлять себя настоящего стало модно только в последнее время. Я наблюдаю, что в "Живом Журнале" многие наряду с картинками выставляют свое реальное фото. Особенно это касается тех людей, которые ведут журналы в своих профессиональных интересах. Например, адвокату или психотерапевту это выгодно для того, чтобы найти в Сети клиентов. Писатели устраивают на своей странице клуб почитателей своего таланта. Хотя есть случаи, когда известные писатели пользуются аватаром.

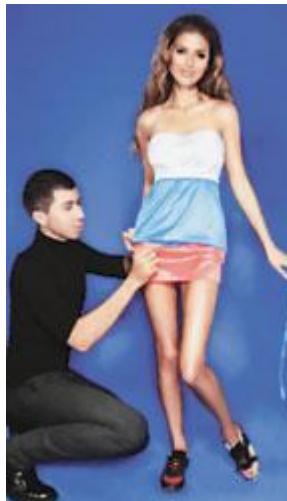
Аватары в ЖЖ используют люди, которые хотят максимально скрыть свой возраст, национальность, внешность, иногда даже пол - все то, что можно определить по фотографии. Есть любители оставлять такие комментарии, которые не рассчитаны на прочтение их родственниками и сослуживцами. Приходится прятаться под маской.



В разных сетях разные традиции. В "Одноклассниках", которые создавались изначально для поиска бывших соучеников, аватары вместо фотографий встречаются достаточно редко. "ВКонтакте" их больше - там есть традиция создавать сложные картинки,

включающие рисунки и фото с подписями. В сети "Фейсбук" явно доминируют фотографии.

## Портрет в интернете



**Семейные ценности.** Американская молодежь в "Фейсбуке" часто выставляет семейное фото, что совершенно не характерно для российской молодежи. У нас авторитет семьи как круга самых близких людей подорван. Некоторые юноши и девушки стесняются своих родителей, не отвечают на вопросы о них. Кроме того, американцы почти в половине случаев в качестве основной фотографии выбирают коллективный снимок. Так они подчеркивают свою включенность в межличностные контакты. У нас в "Одноклассниках", "ВКонтакте", "Моем мире" главное фото с другими людьми встречается довольно редко.

**С подружкой.** Наши молодые девушки нередко в качестве основной фотографии профайла выкладывают снимок с подружкой. В жизни мы тоже наблюдаем, что юные девушки стараются везде ходить вместе. Про таких говорят "мы с Тамарой ходим парой". Это проявление инфантилизма. В юношах все культуры поощряют самостоятельность, независимость, поэтому они редко предъявляют себя на основной фотографии с кем-нибудь еще.

**С приколом.** Любовь молодежи к играм и приколам порой бывает сильнее стремления предстать миру в наилучшем виде. Юноши запечатлевают себя в смешной одежде, со зверской физиономией. Девушки шалят, комически оголяясь, переодеваясь в экзотические наряды.

**Части тела.** Некоторые любят акцентировать на фотографии часть тела. У этой страсти могут быть разные причины. Кто-то пытается привлечь к себе внимание с помощью эпатажа - это самый легкий способ выделиться из толпы. Каждый орган символичен. Выставляя глаз, человек дает понять, что у него все под контролем. Демонстрируя ноги или грудь, девушка намекает на готовность к эротическим контактам. Я несколько раз встречала фотографии, на которых люди полностью закрывают лицо волосами. Это защита от мира: "Требуете фотографию? Вот она, но вы ничего обо мне не узнаете".



Основная фотография сродни рекламе, поэтому у многих пользователей популярны спецэффекты: картинки, вспышки, элементы анимации. Для молодых девушек это любимый способ привлечь внимание. Солидным людям - солидные спецэффекты. Главный из них - фотошоп. По данным американских исследователей, обработка фотографий с помощью фотошопа характерна для людей от 30 до 60 лет. Пользователи усиленно скрывают морщины и другие изъяны внешности. По этой же причине люди старше 50 не спешат менять фотографии на более свежие, как молодежь



## **Американцы хотят выглядеть веселыми, россияне - привлекательными**

Психолог из США Микеле Страно предложила 420 респондентам (из них 297 женщин и 123 мужчины в возрасте от 18 до 60 лет), разместившим свое фото в интернете, завершить фразу: "Я думаю, что люди, которые увидят эту фотографию, опишут меня как человека...". 33% ответили, что их считут веселыми, 13% - дружелюбными, 11% - счастливыми.

Российский психолог Ирина Шкуратова опросила 50 девушек-студенток, имевших персональные страницы в одной или нескольких социальных сетях. Максимально привлекательными на фото в интернете стремятся выглядеть 37 девушек, десять не всегда стремятся к этому, три девушки отметили, что не обращают внимания на то, как выглядят. Снимки полуобнаженных людей интересно рассматривать только шести девушкам, но 26 ответили, что иногда это интересно. По мнению 19 опрошенных, главная фотография на персональной странице должна быть необычной и запоминающейся. 28 человек считают, что она может быть любой, три девушки считают, что чем проще фото, тем лучше. Большинству (38) нравятся смешные фотографии и не нравятся шокирующие.

## **Доктора Хауса потеснил Шерлок**

**Большинство владельцев дневников в "Живом Журнале" собственным фотопортретам предпочитают картинки. Многие подходят к этому серьезно - заказывают юзерпиками профессионалам. **Марина Бичевина**, модератор сообщества ru\_userpicks, поделилась с "Неделей" своими наблюдениями.**

Денег на этом никто не зарабатывает, все делается на чистом энтузиазме. Самое большое вознаграждение на моей памяти - художнику оплатили аккаунт в ЖЖ за серию юзерпиков для одного человека.

Основные заказчики - женщины. Им в виртуальном мире хочется принарядиться. Женские юзерпики часто отличаются замысловатостью, индивидуальностью. Представители сильного пола выбирают простые варианты - мужской портрет или, например, чашку кофе и блокнот. И делают их обычно сами.

Моду на определенные юзерпики в большей степени создают авторы, чем потребители. Одно время было модно использовать блестки, потом это приелось и начали мастерить юпики с надписями, всплывающими и пропадающими. Сейчас популярны анимированные аватарки со сценами из фильмов и сериалов. Волна "Доктора Хауса" уже прошла, теперь актуален новый сериал "Шерлок". А еще народ любит сезонные аватарки. Скоро Хэллоуин - будет множество юзерпиков с тыковками.

Темы: [фотография](#) [интернет](#) [социальная сеть](#).[аватар](#)