

**Марианна Давлетовна Напсо**Северо-Кавказская государственная академия, доктор социологических наук, профессор,  
профессор кафедры гуманитарных дисциплин, Черкесск, Россия  
e-mail: napso.marianna@mail.ru

## Нарциссизм селфи-культуры как способ самопрезентации

*Аннотация.* В статье исследуется феномен селфи-культуры, подчеркивается его значимость в соответствии с императивами общества потребления и требованиями информационной эпохи. Селфи-культура рассматривается как модный тренд и актуальный мейнстрим, определяющий вектор социальных и индивидуальных устремлений. Анализируются позитивные и негативные свойства селфи-культуры, подчеркиваются ее противоречивое содержание и неоднозначные последствия для бытия индивида и общества в целом. Выявляются различные характеристики селфи-культуры — как социального маркера и регулятора, идентификатора, способа самопознания и самопрезентации. Прослеживаются нарциссические и компенсаторные составляющие селфи-культуры. Исследуются особенности воздействия данного явления на мыслительные и когнитивные способности и возможности индивида. Акцентируется внимание на том, как чрезмерная увлеченность селфи-культурой деформирует мир реальных переживаний, образ мышления и действия, способствует возникновению ощущений и впечатлений, далеких от реальности, как виртуальные образы формируют пространство иллюзий и лжепредставлений, как естественное, подлинное приобретают искаженные черты.

*Ключевые слова:* селфи-культура, виртуальная реальность, массовая культура, общество потребления, нарциссизм, селфимания, самопрезентация.

**Marianna D. Napso**North-Caucasus State Academy, Doctor of Sociological Sciences, Professor,  
Professor of the Department of the Humanities, Cherkessk, Russia  
e-mail: napso.marianna@mail.ru

## Narcissism of Selfie-Culture as a Way of Self-Presentation

*Abstract.* The article explores the phenomenon of selfie-culture, emphasises its demand for the imperatives of consumer society and the requirements of the information age. Selfie-culture is considered as a fashionable trend and actual mainstream, determining the vector of social and individual aspirations. The positive and negative properties of selfie-culture are analysed, its contradictory content and ambiguous consequences for the existence of an individual and society as a whole are underlined. Different characteristics of selfie-culture are revealed — as a social marker and regulator, an identifier, a way of self-knowledge and self-presentation. Narcissistic and compensatory components of selfie-culture are traced. The peculiarities of the impact of this phenomenon on thinking and cognitive abilities and possibilities of an individual are investigated. Attention is focused on how excessive fascination with selfie-culture deforms the world of real experiences, way of thinking and acting, contributes to the emergence of feelings and impressions far from reality, how virtual images form the space of illusions and false representations, how the natural and authentic acquire distorted features.

*Keywords:* selfie culture, virtual reality, mass culture, consumer society, narcissism, selfie mania, self-presentation.

### Введение (Introduction)

Современное общество, являющееся постмодернистским и информационно-цифровым, наполнило пространство жизни индивида новыми смыслами, которые соответствуют, с одной стороны, императивам массового общества, а с другой — требованиям растущей технологизации и цифровизации. Революция 4.0 привела к возникновению виртуальной реальности, которая стала в такой же степени востребо-

ванной, как и подлинная реальность. Бытие в пространстве инореальности и в мире реальных процессов и отношений оказывает на индивида и общество в целом противоречивое и неоднозначное воздействие. Проникновение IT-технологий во все сегменты социума, равно как массовая культура, утверждаемая обществом потребления, кардинальным образом изменило и изменяет характер социальных процессов; появляются различные формы опосредованного

общения, участниками которых являются практически все. Современный человек, этот Homo Consumens, существо потребляющее, процесс приобретения товаров и вещей приносит ему удовольствие и наслаждение, являясь своеобразной формой самовыражения, утверждения себя в качестве социально успешной личности. Этому способствует и возникшая селфи-культура, обладающая множественными свойствами, которые обнаруживаются у консьюмеристски ориентированных людей. Тренды массовой культуры и селфи-культуры имеют во многом схожие характеристики: они нацелены на актуализацию и демонстрацию всего того, что доказывает (в том числе и в символической форме) уникальность индивида, принадлежность к высоким социальным слоям, финансовую состоятельность и т. д.; они становятся нарциссическим выражением массовой и цифровой культуры.

### Методы (Methods)

Основу исследования составили конкретно-исторический подход и принципы диалектики, с помощью которых раскрывается нарциссическое содержание селфи-культуры, показывается ее востребованность массовым обществом и растущей цифровизацией. Использование принципа объективности позволяет раскрыть присущие данному феномену свойства, показать его значение для современного человека, раскрыть неоднозначность воздействия на поведение индивида, проследить процесс подмены истинного ложным, подлинного — иллюзорным, реального образа — ирреальным, виртуальным. Анализ селфи-культуры становится возможным благодаря использованию системного подхода, с его помощью исследуются условия, способствующие ее принятию в качестве формы самоутверждения и самопрезентации.

### Литературный обзор (Literature Review)

Селфи как феномен массовой культуры, получивший широкое распространение благодаря развитию цифровых технологий, является объектом теоретического междисциплинарного анализа. Диапазон рассматриваемых проблем достаточно широк — от исследования самого понятия «селфи-культура» до выявления присущих ему черт, которые и определяют степень его научной актуальности и практической целесообразности. Можно сказать, что сегодня селфи-культура становится доминирующим трендом и даже глобальным мейнстримом. По мнению отечественных исследователей, в частности К. В. Ануфриевой, Е. В. Гиниятовой, С. Г. Запекина, А. В. Коневой, А. А. Лисенковой, Е. Люльчак, Е. А. Орех, Н. В. Павловой, О. В. Сергеевой, И. К. Сосина, О. В. Стреховой, Ю. Ф. Чуева и др., селфи-культура стала неотъемлемой частью современной культуры, коды которой подвергаются глубинным изменениям. Цели (как осознанные, так и неосознанные), преследуемые данной культурой, самые разнообразные — от презентации себя и своей внешности до самоутверждения в качестве личности, достойной уважения и восхищения, чего может и не быть в действительности. В такой ситуации вступают в действие механизмы виртуального нарциссизма, которым охватывается практически всё: напоказ выставляются

внешние данные, красота, физическая притягательность; демонстрируются уверенность в себе, превосходство над другими; подчеркивается социальный статус (в том числе и воображаемый или желаемый); утверждается самооценка (большая частью завышенная) и т. д. Так конструируется мир симулякров, симуляций и спектаклей, в которых принимает участие большое число людей, мир превращается в театральное действо. В итоге человек «перестает отличать ложь от правды по той причине, что всякая переживаемая правда теряется за реальным присутствием лжи, которая обеспечивается самой организацией видимости. Человек безропотно переносит свою участь, заключающуюся в отчуждении собственной повседневной жизни...» [1].

### Результаты и обсуждение (Results and Discussion)

Одной из возможностей, связанных с развитием информационно-коммуникационных технологий, является производство и распространение визуальных образов, которые в изобилии представлены в пространстве интернета и социальных сетей. Селфи, являясь, по сути, фотоснимком, превратилось в жанр искусства, а также в социальный и культурный феномен, в способ самоопределения и самопрезентации и в этом качестве выступает как онтологический тренд современности. Более того, сформировался тип мышления и социальных действий, адекватных селфи-культуре. Вызываемые ею последствия как позитивного, так и негативного характера приводят к возникновению селфимании, селфифобии и селфифилии, что свидетельствует о противоречивости и парадоксальности данного феномена, необходимости его всестороннего изучения.

Бытие в реально-виртуальном мире изменяет вектор социальных и межличностных взаимодействий, а через инструмент селфи индивидом конструируются образы, с помощью которых утверждается его идентичность и уникальность как личности. В обществе, в котором доминируют тренды и установки идеологии индивидуализма, селфи-культура является ее выражением, способом обращения к себе внимания, а также местом притяжения других. Находясь в пространстве различных коммуникаций, испытывая на себе их воздействие, индивид тем не менее стремится сохранить и даже преувеличить собственную значимость, вследствие чего проявления нарциссизма неизбежны. Но демонстрируя себя и передавая Другому информацию о себе (реальную или мнимую), в том числе и в виде селфи, индивид изменяется сам, подвергается изменениям его аутентичность, он становится сгустком всего того, что является востребованным и притягивающим к себе внимание. И в этом смысле селфи-культура несет в себе черты универсальности, с ее помощью стираются разделительные барьеры, а значит, она становится, с одной стороны, инструментом, который минимизирует риски социального отчуждения, а с другой, несмотря на существующие особенности селфи-культуры, обусловленные этнокультурной спецификой в том числе, — является фактором объединения.

Селфи — не просто фотоснимок, его можно отнести к феноменам, обладающим креативностью, поскольку через селфи-творчество индивид демонстрирует себя в качестве социально значимой личности, он занимается поиском

такого себя, который интересен другим. Это пример того, как виртуальные образы, переносимые в веб-пространство, приобретают черты реальности и публичности, что, возможно, способствует «снятию» состояний тревожности, которые переживаются в действительной жизни. Кроме того, поведение индивида в реальности и в виртуальности кардинальным образом отличается, образы реального «Я» и виртуального «Я» зачастую не совпадают, представленная индивидом картинка порой не имеет ничего общего с его подлинным образом. IT-пространство заполнено множественными аватарами (или масками), примеряя которые индивид отчуждается от подлинного «Я», в результате формируется виртуальный клон, и данное обстоятельство трансформирует не только мышление и поведение, но и систему социальных ориентиров и нравственных ценностей. Массовая культура, создавая вполне определенные стандарты жизни, навязывает их каждому, процессом манипулирования охватывается большое число людей, которые призваны действовать согласно заранее заготовленным образцам. Через инструмент селфи индивид создает свой виртуальный имидж, выставляется на обозрение всё то, что может восхищать, удивлять, в том числе и с точки зрения эстетичности тиражируемых образов. Безусловно, это привлекает, делает жизнь более насыщенной, правдоподобной. Живя в пространстве разных миров — реальном и виртуальном, индивид ощущает себя как бы двояким существом, но именно в инореальности ему подвластно всё, более того, он испытывает и переживает ощущения, нередко невозможные в естественном мире, в том числе имеющие отношение к явлению нарциссизма.

Образ мифологического Нарцисса является символом массовой культуры, которая провозглашает принцип удовольствия в качестве основополагающего, которому необходимо следовать; утверждает модус жизни, ориентированный на гедонистические практики, наполненные красотой в ее широком понимании. Образ Нарцисса оказался востребованным и селфи-культурой, которая «...помогает субъекту развивать, приукрашать, материализовывать воображаемое, ...формировать по нашему желанию образ своего «я»» [2, с. 726]. Но природа нарциссизма противоречива по причине заложенных в нём противостоящих друг другу смыслов, на что обращали свое внимание исследователи, в частности З. Фрейд, указавший на позитивные и негативные проявления нарциссизма. Здоровый нарциссизм есть не что иное, как «...состояние благополучия и удовлетворения от жизни, естественная функция личности, жизнь в целостности с самим собой, умение гордиться собой и выражать свои лучшие качества. <...> ...Наше «я» окружено репрезентациями людей, которые нас любят... При нарциссическом расстройстве репрезентации значимых других отсутствуют. Есть только грандиозное, но тотально одинокое «я»» [3]. Все люди обладают свойством Нарцисса, его здоровые проявления способствуют развитию перфекционизма, роль которого в самооценке и достижении целей оказывается востребованной и необходимой. Такой позитивный нарциссизм, распространяемый селфи-культурой, вовсе не страшен, если он не подавляет, а содействует развитию личности и ее способностей. Проблема заключается в его

удержании в известных пределах, на что индивид, использующий селфи-культуру, оказывается не всегда готовым. Красота имеет свойство абсолютной привлекательности, но в погоне за самоутверждением теряется подлинность бытия, иррациональное одерживает верх над разумным восприятием и объяснением процессов в окружающем мире, селфи-культура с помощью инструмента гипертрофированного нарциссизма создает пространство обмана, иллюзий, полностью овладевающих умами большого массива людей, и не только молодых. Так утрачиваются индивидуальность и идентичность, когда внутренняя форма замещается (или подменяется) внешней атрибутикой, которая как бы «переформатирует» внутреннюю, в итоге человек теряет свою самость, свое «Я», становится как все.

Нездоровый или гипертрофированный нарциссизм чреват созданием псевдомира, формированием иллюзорного мировосприятия. Это происходит тогда, когда субъект ведом установками селфи-культуры, становится заложником навязываемых массовой культурой стандартов, он сам является порой автором и исполнителем ролей, призванных выразить его сущность, стремления, неосуществленные желания и т. д., в том числе и в форме нарциссизма. Если прежде общество жестко следило за соблюдением социальных и морально-этических норм, то сегодня ограничения сняты, нормы нарушаются, ценности «умирают». В таких условиях действует правило: «живу как хочу» и «делаю то, что хочу», истинные потребности отбрасываются либо воспринимаются в качестве иллюзорных. Реалии современного мира, придающие ценности успеха в широком его понимании особое значение, делают селфи-культуру необходимой в качестве инструмента его реализации, а также как способа выражения индивидуальности. Тем более что селфи «...давно уже стало не просто развлечением, а отражением жизненных устремлений общества, маркером социальной заметности, формой проявления нарциссизма личности» [4, с. 77].

Гипертрофированный нарциссизм произрастает на почве крайнего индивидуализма. Селфи-культура призвана отразить особенности индивидуальности, но, когда индивидуализм становится модусом существования, как это свойственно обществу потребления, происходит «...глубокая деперсонализация, ведущая к потере образа своей целостности, состоянию апатии, психической анемии... Крайний индивидуализм демонстрирует новый тип современного человека, символом и знаком которого является Нарцисс. Нарциссический тип личности является символом перехода от «ограниченного» индивидуализма к «тотальному»» [5, с. 203]. Селфи-культура «вынесла» на поверхность Нарцисса, индивиды не скрывают своих нарциссических амбиций, самолюбование становится трендом повседневности, чувственная сторона бытия доминирует над рациональной. Этот агон, борьба и соперничество множества нарциссов, каждый из которых ощущает себя отличным, непохожим на других, есть не что иное, как театр одних и тех же людей, исполняющих одни и те же роли. Селфи-культура способствует тому, что виртуальные и визуальные образы подпитывают себя, не встречаясь с реальностью, которая ставит под сомнение неизбежность человеческого «Я». Индивиду приходится преодолевать реалии действительной жизни, полной

разочарований, сложностей, противоречий; они не столь красивы, как изображения на селфи-картинках. Это позволяет утверждать наличие компенсаторного содержания в данном явлении — индивид, не достигший в реальной жизни желаемых результатов, пытается их возместить через всевозможные лайки, которые, по его мнению, привлекают к нему внимание как к личности значимой и авторитетной. Так формируются ложные образы, которые деформируют сознание, придают чувствам ощущения, далекие от подлинности; повышенная самооценка (благодаря селфи) оборачивается пустотой и даже ничтожностью бытия.

Селфи-культура особо востребована в условиях, когда бытие индивида наполнено пустотой, и чем шире ее пространство, тем сильнее желание казаться нужным, восторгаться собой и своими достижениями, делиться ими с незнакомыми людьми и этим демонстрировать свою неповторимость и даже превосходство. Так «каждый становится «самым большим фаном самого себя, личным папарацци»» [6] (перевод наш. — М. Н.). Социальные сети способствуют созданию образов людей, наделенных исключительными дарованиями (в том числе мнимыми); обладающих всем тем, что диктует общество потребления; живущих по принципу «иметь», а не «быть». Выставляется на всеобщее обозрение всё, в особенности то, что приносит удовольствие и удивляет других; эксплуатируются образы тела и телесности в целом — тело представляется как способ притяжения, эстетического и физического наслаждения. Запреты сняты, всё, что не запрещено (и даже запрещено), должно быть в сетях, это вызывает зависть, а порой и агрессию. Самореклама становится частью жизни многих.

Селфи-культура является важнейшей характеристикой современного мира, способом верификации индивида; она присутствует во всех сферах человеческой жизнедеятельности, превратившись в один из доминирующих трендов,

а также в модную тенденцию. В качестве идентификатора селфи-культура постулирует позитивные нарративы, выступает в качестве фактора, обеспечивающего общественное признание, социальное продвижение, формирующего ощущения собственной значимости. Ее можно отнести к разряду социальных маркеров, благодаря которым индивид предстает перед обществом в различных визуальных ипостасях, что, безусловно, насыщает его жизнь социально и эмоционально-психологически. Будучи инструментом самовыражения и самопрезентации, селфи-культура помогает человеку выразить и ощутить себя в качестве человека, достойного внимания и признания. Трудно представить современный мир без присутствия в нём селфи-культуры: она изменила многие параметры современной жизни, наполнила бытие разнообразными впечатлениями, которые придали модусу существования новые смыслы.

### Заключение (Conclusion)

Сказанное позволяет прийти к выводу о том, что селфи-культура является непосредственным атрибутом бытия человека и общества в целом. Она важнейший социальный феномен, в котором отражаются особенности цифрового и информационного времени; способ выражения идентификационных характеристик; маркер, обеспечивающий процессы социальной адаптации к условиям быстро меняющегося социального контекста, соответствие практик презентации императивам общества потребления. Селфи-культура обладает свойством социальной трансляции, через формируемые ею визуальные образы индивид демонстрирует реальное или воображаемое (желаемое). Все эти и многие иные характеристики селфи-культуры невозможно игнорировать, поскольку она является выражением информационного рынка, к которому принадлежат практически все.

1. Дебор Ги. Общество спектакля. М. : Логос, 2000. Электрон. версия. URL: <https://stockmagia.ru/wp-content/uploads/2020/11/Gi-Debor-Obshchestvo-Spektaklya-1969.pdf> (дата обращения: 12.12.2024).

2. Строева О. В. Эволюция образа Нарцисса от архаики до эпохи «селфи» // Культура и цивилизация. 2017. Т. 7, № 4А. С. 724–734. Электрон. версия. URL: <http://www.publishing-vak.ru/file/archive-culture-2017-4/63-stroeva.pdf> (дата обращения: 12.12.2024).

3. Люльчак Е. Отто Кернберг о трагедии нарциссизма // ВКонтате : [соцсеть]. 2020. 13 марта. URL: <https://vk.com/@etorabotaet-otto-kernberg-o-tragedii-narcissizma> (дата обращения: 12.12.2024).

4. Яковлева Л. С. Феномен селфи как форма трансформации нарциссизма личности в информационном обществе // Философия и гуманитарные науки в информационном обществе. 2020. № 1. С. 70–79. Электрон. версия. URL: <http://fikio.ru/?p=3880> (дата обращения: 13.12.2024).

5. Жукова О. И., Жуков В. Д. «Нарциссический» человек как символ современного социума // Вестн. Кемер. гос. ун-та. 2015. № 1 (61), т. 2. С. 203–206. Электрон. версия. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/nartsissicheskiy-chelovek-kak-simvol-sovremennogo-sotsiuma/viewer> (дата обращения: 14.12.2024).

6. Eler A. Theory of the Selfie // Hyperallergic : [site]. 2013. November 20. URL: <https://hyperallergic.com/94461/theory-of-the-selfie/> (дата обращения: 14.12.2024).