

УДК 316.728

## ВИРТУАЛЬНАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ПОВСЕДНЕВНОСТИ МОЛОДЫМИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯМИ ВИЗУАЛЬНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

**А. М. Бельский**

магистр социологических наук,  
младший научный сотрудник,  
Центр социологических и политических исследований,  
Белорусский государственный университет

*Социологическая реконструкция положений теоретико-методологической технологии исследования визуального контента У. Эко представляется как релевантная модель анализа виртуальной репрезентации актов повседневности пользователями социальных сетей. Адекватность модели продемонстрирована на разборе кейса участия в голосовании на выборах президента РФ пользователями социальной сети Инстаграм из числа молодежи.*

**Ключевые слова:** виртуальная репрезентация, повседневность, социальные сети, гражданская позиция.

### Введение

Повседневность современности претерпела ряд существенных трансформаций ввиду ощутимого воздействия на социум технико-технологических преобразований, глобализационных процессов, трансформации потребительских практик и расширенной медиатизации, культивирующей и продвигающей визуальные образы. Развитие информационно-коммуникативных технологий создает условия для практически ничем не неограниченного (кроме фантазии и желания социального субъекта) конструирования повседневности реальной жизни в виртуальном пространстве с формированием нового жизненного стиля, репрезентирующего профанное существование в ярких красках фильтров приложений социальных сетей, разрабатывающих и внедряющих рамки новой виртуальной монотонности.

Широкое использование виртуального пространства для самовыражения, трансляции повседневности в авторском контенте и формирования своей идентичности в ощутимо большей степени характерно для молодежи. Произошел своеобразный поворот в сторону неоспоримой важности виртуальной визуализации реальной повседневности, которая стала элементом стиля жизни и габитуса современного молодого человека, формируя обязательные визуальные практики и рамки. Обозначенный процесс характеризуется стремительной динамикой и обусловленной ею сложностью в его интерпретациях. Он включает в себя весомое противоречие, ведь, с одной стороны, в визуальных образах мы четко ощущаем элементы реальности, но, с другой – череда визуального контента формирует свою иконичность, возможность создавать искусственную виртуальную проекцию в виде мозаики с лоскутами “реальной” реальности и “желаемой”. Такая виртуальная визуальная репрезентация реальности выступает конструктом, который вызывает обоснованный исследовательский интерес в области ее “прочтения” и интерпретации.

В обозначенном направлении проведем анализ виртуальной визуальной репрезентации, используя кейс участия в голосовании на выборах президента России молодежью, а точнее его отражение в профилях их социальных сетей. Вместе с этим такой анализ является еще и одним из вариантов рефлексии того, стал ли такого рода гражданский активизм реальным актом повседневности.

Использование в качестве кейса материала по Российской Федерации видится релевантным ввиду того, что обозначенные процессы протекают со схожими трендами по всему постсоветскому пространству, а это говорит о том, что ключевые выводы вполне адекватны и для белорусских реалий, однако российский дискурс предоставляет более широкий материал для анализа, что повышает устойчивость полученных в ходе исследования результатов.

### Основная часть

Молодежь, которую по возрастному критерию можно отнести к “поколению Путина”, во время выборов 18 марта 2018 г. была в явном фокусе всеобщего внимания. Некоторые оппозиционные силы выступали за бойкотирование молодыми людьми участия в выборах, государственные деятели старались привлечь молодежь на избирательные участки. ВЦИОМ предварительно сообщал, что менее 50% жителей РФ возраста 18–24 лет высказывали намерение принять участие в предстоящих на тот момент выборах. Однако в итоге гражданская активность российской молодежи на них показала рост [1]. Она не сравнима с традиционно высокой активностью избирателей старших возрастных групп, однако молодежь точно не подтвердила сформированный стереотип “аполитичного поколения”, которое желает находиться в стороне от политических процессов.

Именно поэтому видится интересным рассмотреть виртуальную репрезентацию участия в голосовании на выборах президента России молодыми пользователями в социальной сети. Исследование будет основано на переосмыслении методологии анализа визуального контента У. Эко. Для анализа визуальной репрезентации отобрана социальная сеть Инстаграм. Согласно данным исследования, проведенного в 2017 г. на основе данных Facebook Ads Д. и А. Салюковыми о пользователях Инстаграм в РФ, сервисом активно пользуются около 10% россиян, т. е. 14,4 млн чел. (ранее руководство сети называло цифру в 20 млн) из всего населения в 146,5 млн. Аудитория в возрасте 18–34 лет составляет почти 67% всех пользователей российского Инстаграм [2]. В данной социальной сети пользователи размещают фотографии, которые репрезентируют их повседневность и тем самым конструируют свою виртуальную идентичность, находящуюся в определенном соответствии с реальной (стоит отметить возможность значительного влияния пользователя на уровень такого соответствия).

Интерфейс программного продукта позволяет осуществить поиск фотографий необходимой тематики при помощи фильтрации всего массива фотоизображений с применением хэштегирования. Заслуживает внимание то, что, к большому сожалению, крупные события общественно-политической жизни постсоветского пространства только в самое последнее время стали маркироваться официальными хэштегами с четкой их локализацией и привязкой к дате. Вместе с этим сама социальная сеть не позволяет отфильтровать контент по дате и половозрастной структуре пользователей, что усложняет анализ, однако не исключает его возможность.

Среди множества хэштегов по выбранной проблематике для анализа был отобран наиболее релевантный согласно логике исследователя – #18марта2018. По данному хэштегу было обнаружено 11 012 публикаций. Из анализа были исключены информационные и рекламные посты, которые не иллюстрируют повседневность пользователей, а также ряд событий, не относящийся к заданной теме. После этого был осуществлен анализ остав-

шегося массива визуальной информации с целью поиска наиболее распространенных репрезентаций. Это позволило выделить четыре наиболее типичные визуальные репрезентации участия в выборах президента России пользователями социальной сети: 1) изображение избирательного бюллетеня (без отметок в абсолютном большинстве случаев) с писчими принадлежностями, паспортом, рукой автора (может отсутствовать один из элементов); 2) изображение в антураже избирательного участка (официальное лого выборов или избирательная урна и т. д.) ребенка автора или совместное фото с ребенком в полный рост; 3) изображение автора и (или) компании (партнер/друг) в антураже избирательного участка (официальное лого выборов или избирательная урна и т. д.) в формате селфи; 4) изображение автора и (или) компании (партнер/друг) по пути на избирательный участок.

Далее работа с изображениями происходила в рамках семиотического анализа, т. е. нас интересовали содержащиеся в визуальном контенте знаки и их отношения между собой. Это позволило остановиться на базовом понятии семиотики в двух его составляющих – *означаемое и означающее*, где означаемым является сам атрибут изображения, а означающим – его, так называемый, акустический образ. Знаки-атрибуты отобранного контента организовываются автором контента в определенную систему, где и приобретают определенное значение. Таким образом, мы имеем дело с визуальными кодами. **В визуальной репрезентации мы можем выделить пять кодификационных уровней по методологии, предложенной У. Эко [3].**

**Первый уровень – иконический.** В задачи нашего исследования репрезентации голосования на выборах президента РФ как таковая кодификация иконических знаков не входит, точно так же при изучении словесного ряда мы не занимаемся денотативными значениями слов. Мы просто принимаем, что та или иная конфигурация изображает бюллетень или избирательную урну, и не задаемся вопросом, отчего это так и почему, в крайнем случае, можно выделить определенный тип иконического знака, обладающего сильным эмоциональным воздействием, – назовем его “патриотическим” иконическим знаком, о котором приходится вести речь в тех случаях, когда некоторые качества изображаемого объекта (обложка паспорта с украшениями в национальном стиле, визуальные жесты позитивной направленности на фоне официальной символики, широкая улыбка в момент вброса избирательного бюллетеня) подаются так выразительно, что провоцируют внутренние интенции смотрящего, не ограничиваясь чистым означиванием: “паспорт”, “урна”, “бюллетень”.

**В случае иконографического уровня** перед нами два типа кодификации. Одна – “исторического” типа, в которой размещенное изображение использует конфигурации, отсылающие к определенным значениям, принятым классической иконографией (от ребенка на избирательном участке вместе с родителем, означающее семейные узы, до сочетания фигуры голосующего с антуражем избирательного участка, связанного с идеей отражения себя как части общественно-политической жизни страны). Другая – сложившаяся в социальной сети Инстаграм как таковой, когда, например, желательно разместить на каждой фотографии свое лицо в формате селфи, отражающее свое личное участие в процессе и (или) атрибутику, характеризующую событие. Иначе говоря, социальная сеть Инстаграм вводит в обиход рамки для конструируемых иконограмм. Иконограмма между тем (как впрочем и сочетание иконических фигур) это уже не знак, а сема.

**Уровень тропов** включает визуальные эквиваленты словесных тропов. Троп может быть неожиданным, может обретать эстетическое значение или же он может быть попыткой визуального воспроизведения словесной метафоры, настолько стертой в обращении, что ее уже не замечают. С другой стороны, язык социальной сети Инстаграм использует такие ставшие употребительными тропы визуальной коммуникации, которые иногда трудно возвести к словесным.

Можно привести много примеров визуальной передачи классических тропов, изображение на фотографии бюллетеня, ручки, руки действующего субъекта – отражает целую цепочку смыслов, которая являет то, что автор участвует в голосовании на выборах (интерпретация наличия бюллетеня), при этом совершает действие (он отражает не только сам бюллетень, как статику, но и ручку для голосования как наличие ресурса к совершению волевого акта). Вместе с этим, автор проявляет личное участие, активную гражданскую позицию, отражая себя на фотографии через свою руку. Наличие на фотографии паспорта транслирует идею принадлежности к своему государству, гордости и чувства патриотизма. При этом отражает активное гражданство в целом, как часть политической культуры россиянина, которое могло бы быть не отражено в случае отсутствия паспорта на фото. Одновременно с этим, на подавляющем числе фотографий не было размещено отображения “галочки”, т. е. фото было сделано либо до момента определения выбора, либо место ответа было сознательно скрыто доступным предметом антуража или явно откорректировано при помощи фоторедактора. Это говорит о том, что свобода политического выражения все еще не близка молодым россиянам. Фотография может быть обработана в черно/белом стиле для придания строгости и официальности совершаемому акту. Предметы на фотографии могут быть расположены гипертрофированно лаконично, что также имеет эффект усиления важности транслируемого события, исключения волонтаристского отношения к выбору. Таким образом, мы можем иметь дело с явными гиперболами, литотами, недоговоренностями или метафорами. Кроме того, возможны случаи визуализации или буквального воплощения словесной метафоры в зрительном образе: например, призыв к участию в голосовании (словесная метафора) на изображении сопровождается жестовым или мимическим призывом автора на фоне объектов избирательного участка.

Говоря о визуализации метафоры, представляющей собой ее буквальное воплощение, мы имеем дело с тем типом тропов, который также получил распространение в последнее время в виде серии фотографий “следуй за мной”.

Среди этих тропов укажем на причастность по смежности, на современную молодую семью, которая желает себя запечатлеть вместе со своим ребенком или без него, но в виде ячейки общества, которую они образовали, что имеет следствием распространение ореола добропорядочности, ответственности и преемственности – а вместе с этим серьезности намерений пары.

Есть еще один тип фигуры, сходный с этим, обозначим его как иконограмму китч, используемую как доказательство от референтного авторитета, что вовлекает в большую сферу внимания автора изображения, уделяя ему немного от славы “референтного объекта/субъекта”. Иконограммами китч являются использование жестов или стиля знаменитых людей с целью “делать как они”.

В итоге, следует заметить, что почти всякий визуальный образ представляет собой риторическую фигуру, которая при этом начинает доминировать, т. е. это случай антономасии. Кроме всего прочего, всякая отдельная вещь, всякий изображенный индивид согласно антономасии представляет еще и свой род или вид. Девушка, голосующая на выборах, делает то, что “делают все девушки” с позитивной идентичностью в понимании автора фото. Можно сказать, что указание на какой-то отдельный случай приобретает смысл примера, становится доказательством от авторитета. В голове у нас всякая отдельная вещь мысленно предваряется логическим знаком, который называется всеобщим квантификатором и, будучи поставленным перед символом “х”, значит “все х”. Этот механизм, опирающийся на психологические идентификации, стало быть, на процессы, не имеющие прямого отношения к семиотике, в котором, однако, процессом идентификации заведует риторика, – благодаря ей частное принимается за всеобщее и образцовое (и тут мы снова оказываемся в сфере семиотики), – является основополагающим в области социальной коммуникации.

**Уровень топосов** равно включает как область так называемых предпосылок, так и общих мест аргументации или топосов, т. е. две рубрики, по которым традиционно распределялись аргументы. Применительно к целям нашего исследования достаточно признать, что возможны некоторые комплексы усвоенных воззрений, способных служить как предпосылкой энтимемы, так и выступать в качестве общей схемы объединения сходных энтимем. Поэтому мы будем говорить об уровне топосов в целом.

Кодификация топосов могла бы превратиться в подробную классификацию способов передачи словесных топосов визуальными образами; но что сразу становится очевидным при первой же попытке анализа языка изображений, так это наличие иконограмм, индуцирующих целое поле топосов, привычно ассоциативным путем наводящих на ряд неявных предпосылок, как если бы речь шла о некоей аббревиатуре.

Например, изображение молодой женщины с ребенком, склоняющейся с улыбкой к урне для голосования для вброса бюллетеня, на иконографическом уровне, несомненно, означает “любящая мать”, одновременно вызывая множество аллюзий типа “матери не упускают возможности правильно воспитать своих детей”, “мы вместе”, “нет ничего сильнее материнской любви”, “матери обожают детей и не отпускают ни на минуту”, “все дети любят своих мам и не хотят с ними расставаться”, “матери очень патриотичны”, “с такими матерями у страны достойное будущее” и т. д. Но не только это наряду с этими коннотациями, представляющими собой настоящие предпосылки, в уме выстраиваются цепочки аргументов, “общих мест” в строгом смысле слова. Например, “если все матери таковы, то будь и ты такой же”. Нетрудно представить себе, что на подобном поле топосов могут произрастать такие энтимемы, как “все матери стараются хорошо воспитать своих детей – все достойные матери ходят на избирательные участки с детьми – тот, кто поступает также, как эта мать, является добропорядочным гражданином и доставляет радость своему ребенку, обеспечивает ему и стране светлое будущее”.

Как видим, для образования энтимемы необходима соответствующая интерпретация на уровне тропов, та самая подразумеваемая антономасия, по которой “эта мама” оказывается “всеми мамами”. Можно также сказать, что во многих случаях антономасия “образцово-показательная мать” индуцирует поле топосов, например, “если эталонная мать поступает так, то почему бы тебе не поступить так же?”, откуда рождается аргумент: “эта мать – образец матерей – она голосует на выборах с ребенком – почему бы тебе не привести своего ребенка на избирательный участок?”, в котором, как можно заметить, отсутствует универсальный квантификатор “все”.

Наше предположение заключается в том, что большая часть визуального контента Инстаграма рассчитывает не столько на экспликации предпосылок и общих мест, сколько на демонстрацию иконограммы, которая сама по себе коннотирует ряд топосов, в свой черед наводящих на ту или иную предпосылку.

И наконец, **уровень энтимем** – это уровень визуальной аргументации как таковой. Также и здесь, мы позволим себе предположить, что в связи с характерной многозначностью изображения и необходимостью закрепить за ним одно значение с помощью слов, собственно риторическая аргументация исходит либо только из словесного ряда, либо источником ее является соотнесение словесного ряда с визуальным. В таком случае, иконограммы, о которых идет речь, аналогично тому, как они вызывают в памяти целые совокупности топосов, должны будут коннотировать совокупности энтимем, отсылая к устоявшимся способам аргументации.

Представим рассмотренную методологию анализа визуального контента на конкретных примерах (табл. 1). Для этого возьмем 5 случайных фотографий, выделенных из общего массива социальной сети Инстаграм по хэштегу (рисунок).

Анализ виртуальной репрезентации участия в голосовании

Фото 1	Фото 2	Фото 3	Фото 4	Фото 5
<i>Иконический уровень</i>				
герб города, избирательный бюллетень (с выбором), персона, блокнот	ручка, избирательный бюллетень (без выбора), часть тела персоны (рука), кофе, информационные буклеты	паспорт, избирательный бюллетень (без выбора)	паспорт (неявное наличие), избирательный бюллетень (практически не попадает в кадр), персона (не в фокусе) с ребенком	лица персон в формате селфи в антураже городской среды
<i>Иконографический уровень</i>				
локальная идентичность (идентификация с малой родиной), гражданский активизм (демонстрация активного гражданства)	гражданский активизм (демонстрация активного гражданства)	гражданский активизм и патриотизм	семейные узы, преемственность, гражданский активизм и патриотизм	семейные узы, теплые отношения
<i>Уровень тропов</i>				
демонстрация совершенного выбора с выражением лица “делаю как я”, чувством важности и гордости, удовлетворенности сделанным выбором, своими действиями. Наличие отметки выбора у фамилии определенного кандидата указывает на сформированность политических взглядов и отсутствие страхов в направлении их демонстрации. Наличие блокнота, казалось бы, случайно попавшего в кадр, указывает на то, что выборы становятся реальным элементом повседневности	демонстрация совершенного выбора через активное действие – заполнение бюллетеня (присутствует часть тела автора как указание на личное участие). Гиперболический прием цвето-коррекции в ч/б цвете для придания большей строгости событию, ответственности	демонстрация участия в выборах гражданина РФ. Гиперболический прием исключения из кадра лишних предметов и расположения элементов композиционно четко для придания большей строгости событию, ответственности	семейные узы, преемственность, гражданский активизм и патриотизм	демонстрация успешности отношений молодой пары

Фото 1	Фото 2	Фото 3	Фото 4	Фото 5
Уровень топосов				
девушки обладают активной гражданской позицией, девушки голосуют за определенного кандидата. Выбор удачной позы для фото указывает на то, что персону уделяет себе больше внимания, чем событию.	граждане РФ обладают активной гражданской позицией, участвуя в выборах. Не указан сам выбор – отсутствует зрелось в демонстрации своего мнения или соблюдается тайна голосования. Учитывая формализованность и лаконичность фото, может быть релевантен второй вариант	граждане РФ обладают активной гражданской позицией, участвуя в выборах. Не указан сам выбор – отсутствует зрелось в демонстрации своего мнения, что подтверждается полным исключением себя как персоны с фото	граждане РФ обладают активной гражданской позицией, участвуя в выборах. Молодые матери ответственно подходят к гражданскому долгу. Матери не расстаются со своими детьми. Матери с юных лет приобщают детей к активному гражданству. Приоритет выставлен в отношении ребенка и его воспитания, что демонстрирует то, что иные показатели участия в выборах отошли на второй план, причем сама персону также не в фокусе (жертвенность матери в отношении ребенка как своей ведущей ценности)	граждане РФ обладают активной гражданской позицией, участвуя в выборах. Молодые пары ответственно подходят к гражданскому долгу. Молодые пары демонстрируют позитивное восприятие совершения выбора с установкой «делай как мы», удовлетворенность своими действиями и отношениями. Приоритет выставлен в отношении теплых отношений молодой пары, что демонстрирует то, что иные показатели участия в выборах не нашли свое отражение на фото, причем сама пара также явно использует образовавшийся повод для этого
Уровень энтимем				
участие в выборах – подкрепление позитивной идентичности девушки – гражданки РФ, ощущающей привязанность к малой родине, поддерживающей конкретного кандидата	участие в выборах – это серьезный и важный акт гражданина РФ, однако тайна голосования должна быть сохранена	участие в выборах – это серьезный и важный акт гражданина РФ, однако демонстрация своего выбора может вызвать нежелательные последствия	участие в выборах – это серьезный и важный акт гражданина РФ, молодые матери ответственно подходят как к воспитанию детей, так и к участию в выборах	участие в выборах – это позитивно окрашенный акт граждан РФ. Молодые пары, участвующие в выборах, имеют крепкие взаимоотношения



Модели виртуальной репрезентации участия в голосовании

### Заключение

Проведенный анализ позволяет нам сделать вывод о том, что участие в выборах становится реальным обыденным актом повседневности для многих молодых людей, репрезентирует их активное гражданство и патриотизм. Данный акт повседневности органично влился в формируемую социальной сетью Инстаграм рамку передачи визуального контента с наличием атрибутики значимого события и персоны автора. Обозначенная рамка накладывает свой отпечаток на форму трансляции участия в выборах, где нередко мы можем наблюдать не формат “выборы и мое участие в них”, а “Я и выборы”, где автор демонстрирует себя с целью подкрепления своей позитивной идентичности. Наличие весомого количества контента обозначенной проблематики говорит о том, что у россиян сформирована политическая культура участия в голосовании, более того, для молодых семей – это акт первичной политической социализации своих детей, для которых они выступают реальным примером [4, с. 99]. Вместе с этим демонстрация своих политических пристрастий все еще табуирована. Абсолютное большинство фотографий явно не транслируют поддержку того или иного кандидата, что объясняется исторически сложившимся и продолжающим транслироваться стереотипом – “о политике в персоналиях лучше говорить на кухне”. Однако имеются примеры открытой демонстрации выбора, что может говорить о том, что в будущем ситуация может измениться. Таким образом, мы можем утверждать, что представленная методология анализа визуального контента достаточно перспективна в обозначенном проблемном поле и позволяет получить весомое количество информации, полезной для исследований в политической сфере, а также расширяет горизонты исследования феномена повседневности.

### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Исследования в сфере социальной, политической, экономической жизни [Электронный ресурс] ВЦИОМ // Всероссийский центр изучения общественного мнения [Электронный ресурс]; <https://wciom.ru/> – Дата доступа: 13.01.2019 г. – Загл. с экрана.
2. Исследование аудитории Instagram [Электронный ресурс] Forbes // Финансово-экономический журнал [Электронный ресурс]; <http://www.forbes.ru/tehnologii/343331-issledovanieauditorii-instagram-servisom-polzuetsya-kazhdyy-desyatyy-v-rossii/> – Дата доступа: 13.01.2019 г. – Загл. с экрана.
3. **Эко, У.** Отсутствующая структура. Введение в семиологию / У. Эко // СПб. : Symposium, 2004. – 544 с.
4. **Бельский, А. М.** Гендерный аспект политической социализации подростков / А. М. Бельский // Молодежная Галактика. – 2017. – № 13 / гл. ред. А. А. Козлов. – Санкт-Петербург : ЭлекСис, 2017. – С. 99–105.

Поступила в редакцию 20.05.2019 г.

Контакты: ksander\_mogilev@mail.ru (Бельский Александр Михайлович)



**Belsky A. VIRTUAL REPRESENTATION OF EVERYDAY LIFE BY YOUNG USERS OF VISUAL SOCIAL NETWORKS: SOCIOLOGICAL ANALYSIS.**

*Sociological reconstruction of the provisions of the theoretical and methodological technology for the study of visual content by U. Eco is presented as a relevant model to analyze virtual representation of everyday acts by social networks users. The adequacy of the model is demonstrated with regard to the analysis of the Instagram users' participation in the elections of the President of the Russian Federation.*

**Keywords:** virtual representation, everyday life, social networks, citizenship.