

*На правах рукописи*



ДРОЗДОВА Алла Владимировна

ВИЗУАЛИЗАЦИЯ ПОВСЕДНЕВНОСТИ В СОВРЕМЕННОЙ МЕДИАКУЛЬТУРЕ

Специальность 24.00.01 – теория и история культуры

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени

доктора культурологии

Москва – 2017

Работа выполнена на кафедре истории и теории культуры Отделения социокультурных исследований ФГБОУ ВО «Российский государственный гуманитарный университет» (РГГУ)

Научный консультант: **Зверева Галина Ивановна**, доктор исторических наук, профессор

Официальные оппоненты: **Сальникова Екатерина Викторовна**, доктор культурологии, заведующий сектором художественных проблем массмедиа Государственного института искусствознания

**Листвина Евгения Викторовна**, доктор философских наук, профессор, заведующий кафедрой философии культуры и культурологии Саратовского национального исследовательского государственного университета имени Н.Г.Чернышевского

**Купцова Ирина Александровна**, доктор культурологии, профессор кафедры культурологии Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Московский педагогический государственный университет» (МПГУ)

Ведущая организация: Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «**Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»**» (НИУ ВШЭ)

Защита состоится «**16**» *апреля 2018 г.* в 14.00 часов на заседании диссертационного совета Д.212.198.06 при ФГБОУ ВО «Российский государственный гуманитарный университет» по адресу: г. Москва, 125993, ГСП-3, Миусская пл., д. 6. , ауд. \_\_\_\_\_.

С диссертацией можно ознакомиться в Научной библиотеке и на сайте ФГБОУ ВО «Российский государственный гуманитарный университет» по адресу: г. Москва, 125993, ГСП-3, Миусская пл., д. 6. ; URL: [http://www2.rsuh.ru/binary/object\\_7.1511168787.47376.pdf](http://www2.rsuh.ru/binary/object_7.1511168787.47376.pdf)

Автореферат разослан «\_\_» февраля 2018 г.

Ученый секретарь

диссертационного совета



И. Н. Захарченко

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

### ОПИСАНИЕ НАУЧНОЙ ПРОБЛЕМЫ ИССЛЕДОВАНИЯ. АКТУАЛЬНОСТЬ ТЕМЫ ИССЛЕДОВАНИЯ.

Вопрос о трансформации повседневных форм и практик приобретает все большую актуальность в связи с воздействием на жизненный мир быстро развивающихся коммуникационных процессов и технологий. Рост объемов пользовательского контента, количества сообществ в социальных медиа, появление новых коммуникационных экранов-гаджетов и увеличение визуальной информации, – все эти многочисленные и взаимосвязанные изменения вошли в повседневность, отразились на обыденном опыте и режимах сетевой коммуникации. В условиях современного информационного общества медиа, визуальность, интерактивная коммуникация, сетевые сообщества являются основными концептами для нового понимания и расширения рамок анализа повседневности.

Интерес к изучению повседневности во второй половине XX века совпал с «визуальным поворотом» в социальных и гуманитарных науках. Значимость такой разработки проблемы определяется тем, что в современном мире визуальность (фотография, кино, графический дизайн, визуальные медийные образы) представляет собой не только дополнение к вербальным формам репрезентации мира, но и может рассматриваться как общий принцип структурирования форм современной культуры. Визуальность становится существенным фактором конструирования социальных практик и идентичности современного человека, его социального взаимодействия и события с Другим.

В начале XXI века новые медиа стали агрегаторами визуального контента, создавая видимые паттерны в реальном времени. Сегодня в полной мере можно говорить о множественности «вселенных», сосуществующих в интернете, обладающих собственными голосами и способами визуальной самопрезентации в онлайн-пространстве. Новые медиа представляют собой сетевые площадки усложнившихся социальных взаимодействий. С их помощью перестраивается и трансформируется современная медиакультура, создаются новые форматы коммуникаций. Новые медиа позволяют интернет-пользователям легко и быстро публиковать свои медиасюжеты,

обретать свой голос и видение вне зависимости от статуса, образования, пола и возраста. В настоящий момент социальные сети являются важной областью исследований для анализа повседневных действий и коммуникации медиааудитории.

Происходящие изменения служат основаниями для проведения комплексного анализа социокультурной трансформации повседневности под влиянием доминирования визуальных образов и способов ее визуального представления в эпоху новых медиа. В конце XX – начале XXI века под воздействием целого ряда факторов: социокультурных, социально-экономических, технологических и деятельностно-антропологических – сформировалась новая социокультурная ситуация, которая нуждается в фиксации и аналитическом осмыслении, а также в определении следствий, связанных с повсеместным проникновением визуальных образов в сферу повседневного опыта. Обращение к исследованию визуальной репрезентации повседневности обусловлено также тем, что с расширением влияния визуальных медиа происходит трансформация не только социальных форм, способов производства и трансляции социокультурных значений, но и практик видения, техник смотрения, стилей коммуникации, влияющих на формы идентификации человека наблюдающего и демонстрирующего. В повседневности, опосредованной цифровыми устройствами, рядовой пользователь становится навигатором медийной реальности, формируя при помощи визуальных изображений личный опыт повседневной жизни. Изучение множественных личностных «свидетельств» позволяет проанализировать не только репрезентацию повседневного опыта, сложность его восприятия, но и также выявить специфику визуальных способов и практик конструирования повседневности в современной визуальной медиакультуре.

### СОСТОЯНИЕ НАУЧНОЙ РАЗРАБОТАННОСТИ ТЕМЫ

В качестве особой предметной области исследования повседневность утвердилась только в XX веке. Актуализация изучения проблем повседневности была связана со сменой парадигм, переосмыслением социально-философских и культурологических систем. С середины XX века наблюдается легитимизация повседневности в области социально-гуманитарного знания и ее «переопределение» в связи со становлением открытого, глобального, информационного общества «горизонтальных» коммуникаций, в котором преобладают ценности частного, потребительского, неидеологического существования. В философии, социологии, других областях специализированного

знания формируются разные аспекты изучения повседневности. Так, в трудах экзистенциалистов (Ж.-П. Сартра, М. Хайдеггера, К. Ясперса) дается анализ повседневности с ее негативными и позитивными характеристиками как типизирующими, так и «открывающими» человека. Социология повседневности (П. Бергер, Т. Лукман) рассматривает способы ее социального конструирования. Работы Р. Барта посвящены мифологии обыденной жизни. М. Фуко анализирует структуры повседневности. Исследования Дж. Остина обращены к обыденному языку. Ценность таких разных подходов заключается в обосновании статуса повседневности как особой суверенной реальности среди множественности миров опыта человека. Дальнейшее осмысление феномена повседневности, его текучей и многомерной природы связано с тем, что во второй половине XX века социальные науки стали отказываться от «обезличенных универсальных» типологических схем объяснения общества. Гуманистическая тенденция (антропологический вектор) сместила центр анализа социальной реальности с макроуровня на микроуровень «малых» социальных групп, отдельных людей, практики повседневной жизни.

Современное гуманитарное знание, переосмысливая социальную реальность, предлагает рассматривать общество как систему, состоящую из конкретных людей и из отношений между ними. Повседневность становится особым самостоятельным объектом изучения и начинает рассматриваться как сложно структурированный мир. В социальной теории «переоткрытие» повседневности происходит под знаком «практического поворота». Расширение рамок анализа социального позволило выделить новые предметные области исследования повседневности, связанные с изучением разнообразных форматов (практик) повседневного действия, посредством которых индивид «схватывает» реальность. Прагматический поворот, основы которого заложили П. Бурдьё, Г. Гарфинкель, М. де Серто, Б. Латур и др., акцентирует внимание исследователей на процессах, а не сущностях. Его теоретиков интересуют прежде всего процессы оправдания, обоснования человеком своих действий в повседневной жизни. В центре внимания исследователей находится плюрализм социальной жизни, множественные и разноуровневые формы вовлеченности в мир, что позволяет дополнить содержание такого понятия как «практика» и рассматривать ее процессуально в контексте конкретных ситуативных действий. Авторы не сводят социокультурную реальность только к языку и дискурсу, их интересуют практики,

совершаемые реальными людьми в реальных ситуациях. Изучение повседневной жизни во второй половине XX века приобрело междисциплинарный характер, что было связано с интересом к истории повседневной жизни (Ф. Бродель, Ж. Ле Гофф, Ж. Дюби) и развитием методов культурной антропологии (М. Мид, К. Гирц), которые оказались применимы для анализа феноменов повседневности.

Значительный вклад в теоретико-методологическую проработку проблемы повседневности внесли «культурные исследования», предметом изучения которых стал анализ меняющихся отношений между культурными явлениями и политической средой, обращенный к «непрерывной культурной производительности повседневной жизни», внимание к формам «низкой» популярной культуры (Р. Уильямс, Р. Джонсон, С. Холл). В России культурные исследования стали институализироваться недавно, и с ними возрос интерес к изучению микроуровня отдельных культурных событий жизненного мира. Однако в современных отечественных работах в области культурных исследований и социальной антропологии (Н. Козлова, Н. Пушкарева, Б. Фирсов, Е. Деготь, В. Волков, А. Эткинд, Т. Дашкова) в большей степени анализируется не столько современность, сколько проблематика российской повседневной жизни в контексте исторического прошлого страны. Значительное влияние на исследование повседневности оказали работы С. Бойм, посвященные мифологии повседневной жизни России XX века. Близкими по тематике и подходу являются работы авторов (И. Сандомирской, К. Богданова, И. Утехина, В. Тупицына), которые исследуют повседневную советскую культуру, ее идеологию, стиль жизни, личностные переживания «человека повседневности». Авторы изучают неосознанные рутинные жизненные практики и обыденные формы поведения, используя идеографические методы исследования. Они акцентируют внимание на уникальности и единичности явлений повседневности и используют нарративные процедуры анализа (исследования дневников, писем, мемуаров), дискурс-анализ текстов (газет, журналов, визуальных изображений, писем, объявлений, книг жалоб и предложений, рассказов-интервью, анекдотов и т.п.).

Новые ракурсы и возможности изучения повседневности были открыты в связи с визуальным поворотом в культуре XX века, осмыслением того, что визуальность (визуальные медийные изображения и репрезентации) порождает новую социальность, новый социальный порядок, иные практики и техники видения. В конце 90-х годов XX

века визуальные исследования институционализируются как новое направление, основанное на междисциплинарном подходе и включающее достижения семиотики, культурных исследований, постструктурализма, медиафилософии, психоанализа. В настоящее время исследования визуального стимулируют многочисленные дискуссии в гуманитарных науках (Х. Фостер, Ж. Роуз, Р. Краусс, М. Джей) о функциях и статусе визуальных образов в современном социуме. Визуальное не локализуется в области искусства, а включает в себя наряду с традиционными визуальными объектами (картины, фотографии, фильмы, видео- и телепрограммы) те, которые оставались за «чертой» исследования: модные шоу, компьютерные игры, витринные композиции, граффити, смайлики и эмодзи. Проблема изучения различных типов визуальности (от художественной до коммерческой) заключается не только в их фиксировании, но и в выявлении воздействия визуальных образов на жизненный мир человека, раскрытии их активности и самостоятельности.

В рамках визуальных исследований можно выделить два основных направления: первое опирается на методологический ресурс истории искусств, а второе связано с анализом бытования внехудожественных образов. Своим началом визуальные исследования обязаны истории искусств (Я. Буркхардт, Э. Панофски, М. Прац, М. Баксандалл, А. Варбург), поскольку в рамках искусствоведения разрабатывалась концепция визуального образа, его способы бытия и внутренняя структура, а также изучались объекты повседневной частной жизни. Значимым для формирования современной теории визуальных исследований является возникновение в 70-х годах XX века такого направления, как «новая история искусств». Данное направление включает в себя многочисленные исследования, изучающие художественные произведения в контексте их социальных функций (Н. Брайсон, Т.Дж. Кларк, Г. Поллок, М. Шапиро). При этом проблемы, заявленные данным направлением, выходят за рамки традиционного искусствознания. Их решение предполагает введение новых методов и подходов, заимствованных, в первую очередь, у таких гуманитарных дисциплин, как семиотика, структурализм, психоанализ и таких авторов, как Р. Барт, М. Фуко, Ж. Лакан, Г. Дебор, П. Бурдьё. В рамках феноменологического подхода (М. Мерло-Понти, М.-Ж. Монтен, Ж.-Л. Марьон, Ж. Диди-Юберман) исследуется категория видения и визуального события как специального дискурса о художественных артефактах. Данный подход является важным для изучения визуального, так как в нем исследовательское

внимание акцентируется на взаимосвязи между видимым и видящим, на интенциональной направленности человека на предмет.

Второе направление визуальных исследований особое внимание уделяет изучению повседневности, роли медиа в конструировании культурных смыслов, проблеме обусловленности видения политическим, экономическим и культурным контекстом. В этом направлении предмет исследования визуального предельно расширяется, включая сферу нехудожественного, неэстетического, «непосредственного» визуального опыта и образов. Истоком такого направления являются идеи В. Беньямина<sup>1</sup> о техниках воспроизведения, которые изменяют объект изображения и делают его серийным и тиражируемым. Тем самым интерес к элитарной визуальности сменяется интересом к визуальным феноменам повседневности, изучением репертуара визуальных форм как культурно созданных конструкций. В. Беньямин актуализирует ряд теоретических вопросов, стоящих перед современными культурными исследованиями (Дж.Т. Митчелл, Ф. Джеймисон, Л. Малви, Д. Крэри, Т. Беннет), которые изучают не визуальность как таковую, а формы «социальной жизни видимых вещей», их репрезентации, специфику «общества спектакля». Особое внимание уделяется исследованию роли визуальных образов в конструировании повседневных смыслов и проблеме взаимообусловленности экономических, политических и культурных феноменов. Становление «визуальной» тематики происходило под воздействием постструктуралистской теории и критического анализа культуры и общества (работы П. Бурдьё, Р. Барта, М. Фуко, Т. ван Дейка и др). Вместе с тем, на развитие нового направления повлияли работы Ж. Лакана, Ж. Деррида, Ж. Делеза, в которых ообсуждались такие концепты, как «взгляд», «надзор», «зрелище», «скопические режимы», «оптическое бессознательное».

Актуальным для работы является исследовательское поле визуальной антропологии. Теоретические и конкретно-научные разработки авторов, работающих в этом поле (В. Круткин, П. Романов, Е. Ярская-Смирнова, А. Горных, О. Булгакова, Э. Усманова), акцентируют внимание на активности визуальных образов и роли социальных акторов, влияющих на производство и отбор визуальных репрезентаций. В исследовании теоретика искусства и культуры М. Ямпольского<sup>2</sup>, посвященного

---

<sup>1</sup> Беньямин В. Производство искусства в эпоху его технической воспроизводимости. – М.: Медиум, 1996. – 240 с.

<sup>2</sup> Ямпольский М. Наблюдатель. Очерки истории видения. – СПб.: Мастерская СЕАНС, 2012. – 344 с.



трансформации форм (топосов) видения от эпохи романтизма до начала XX века, акцент визуальных исследований переместился с интерпретации идеологических и культурных смыслов к проблемам видения как такового.

Значимый подход к анализу визуальных практик, обращенным к изучению социально обусловленных способов фотографирования, предлагает социология визуального или социология фотографии. Для данного подхода визуальность выступает основной чертой современного общества, опосредующей взаимоотношения человека и мира. В качестве основной работы, характеризующей возможности социологического изучения фотографии, можно выделить коллективное исследование П. Бурдьё и его коллег<sup>3</sup>, где объектом изучения становятся обыденные практики фотографирования и снимки, сделанные непрофессионалами для использования в личных целях. Исследованию специфики любительской фотографии как особой визуальной и социокультурной практики, ее прагматике, сюжетам и иконографии посвящены работы таких зарубежных авторов как Р. Чалфен, К. Музелло, Э. Уокер и Р. Мултон, а также русскоязычных - О. Бойцовой, Т.А. Власовой, В.Л. Круткина, В.В. Нурковой, С.А. Ливашева. В контексте современных дискуссий о социальных функциях визуальных образов важны идеи Дж. Александера, провозгласившего «иконический поворот» в культурной социологии. Для Александера изображения являются не только символическими репрезентациями социальных взаимодействий, но конфигурациями опыта, «окнами в социальную действительность»<sup>4</sup>.

Одной из тенденций визуальных исследований является сравнительное изучение специфики средств (*medium'a*), при помощи которых передается изображение. Поворот к изучению медиа как «средства выражения» был связан с пониманием того, что всякий образ и знак не существует вне своего медианосителя. Поэтому данный подход позволяет сфокусировать внимание на средствах и формах трансляции визуальных изображений посредством «старых» и «новых медиа», а также выявить то, как они влияют на способы восприятия, модели повседневных взаимодействий в офлайн и онлайн.

---

<sup>3</sup> Бурдьё П., Болтански Л., Кастель Р., Шамборедон Ж.-К. Общедоступное искусство: опыт о социальном использовании фотографии. / Пер. с франц. Б.М. Скуратова; послесловие А.Т. Бикбова. – М.: Издательская и консалтинговая группа «Праксис», 2014. – 456 с.

<sup>4</sup> Александер Дж. Смыслы социальной жизни: Культурсоциология / пер. с англ. Г.К. Ольховикова; под ред. Д.Ю. Куракина. – М.: Консалтинговая группа «Праксис», 2013. – 640 с.

В настоящее время существуют разнообразные направления исследований медиа, которые получили свое развитие, возникнув на стыке философии, социологии, истории искусств, культурных и визуальных исследований. Важный вклад в изучение медиа внесли такие исследователи, как Ж. Бодрийяр, П. Вирильо, Д. Ваттимо, В. Флюссер. Один из основоположников медиа исследований М. Маклюэн, полагал, что в современном мире различные медийные практики и технологии становятся «средой обитания», «окружением» человека и во многом определяют его отношение к себе и миру. Проникая в социальную жизнь, технологии становятся продолжением функций человеческого тела. В своей работе «Медиум есть сообщение» Маклюэн высказал важный тезис о том, что сам технический канал коммуникации производит эффект, влияющий на опыт пользователя в восприятии реальности. При этом необходимо отметить, что внимание во второй половине XX века к теме медиальности происходит на фоне роста исследований повседневности, особенно текстов популярной массовой литературы, жанров кино, телевизионных сериалов, фотографии. В числе важных направлений можно выделить изучение истории медиальных средств (Э. Хухтамо, И.П. Смирнов, Э. Вольфганг, У. Бернштейн, Д. Парикка), получившее название «археологии медиа», которое продемонстрировало, что за новыми явлениями могут скрываться модели и схемы, которые формировались в более ранних контекстах.

Развитие социальных медиа и цифровой культуры сформировали новое поле визуальности, новые способы онлайн-коммуникации и новые «осетевленные» формы бытования разделяемых значений. Появление цифровых новых медиа стало предметом широкого обсуждения в научных сообществах, побуждая исследователей искать новые способы описания и вводить новые понятия для анализа. Поскольку все средства коммуникации были когда-то «новыми», то именно поиск отличий современных новых медиа от традиционных коммуникаций XX века инициировал обсуждение не только технологических особенностей этих средств коммуникации, но и социокультурных последствий их распространения.

Направление исследований в России, посвященные анализу медийности современной культуры, складывается только сейчас. Значимыми исследованиями являются работы О. Аронсона, О. Гавришиной, В. Зверевой, В. Савчука, Е. Лапиной-Кратасюк, О. Горюновой, К. Разлогова, К. Мартынова, Е.Л. Варгановой. Серьезной попыткой системного анализа медиа как основного символического ресурса

современной культуры стало исследование А. Черных<sup>5</sup>. Важно также отметить работы М. Кронгауза, Г. Орловой, Й. Реева, В. Куренного, И. Кушнारेвой, А. Сарна, Б. Мирошникова, О. Шлыковой, О. Мороз, Н. Чудовой, И. Засурского, которые связаны с изучением новых медиа в повседневной онлайн-коммуникации, трансформацией культурных форм и практик, стилей языка и онлайн-идентификации пользователей.

С нашей точки зрения, классические подходы, оформившиеся в доцифровую эпоху, требуют пересмотра и уточнения в изменившемся и изменяющемся жизненном мире, который в процессе своего цифрового расширения утратил стабильный и устойчивый порядок. Анализ значимых работ и осмысление современного социокультурного контекста позволили выделить ряд новых проблемных зон в изучении повседневности, ранее не находившихся в фокусе ее исследования.

Во-первых, признание гетерогенного характера современной повседневности ставит вопрос о том, что именно обеспечивает связанность друг с другом множественные взаимодействия жизненного мира, каковы формы «сборки», организации и конструирования суверенных событий и отношений повседневной жизни. Во-вторых, визуализированный и оцифрованный жизненный мир открывает предметное поле изучения повседневности как коммуникативной и интерактивной онлайн-среды и актуализирует проблемы изучения пространств повседневности, новых повседневных практик, нового субъекта-актера, представляющего свой жизненный мир в социальных медиа. В-третьих, традиционные методы визуального анализа не удовлетворяют потребности в исследовании цифровых изображений, бесконечных и экспонентных по своему характеру.

Сложность изучения «больших данных» конкретных пользователей социальных сетей, их онлайн-взаимодействия с интерактивными текстами остро ставит вопрос о возможностях и границах методов культурологического анализа повседневной онлайн-коммуникации, а также способов идентификации современного человека. Все это говорит о том, что в социокультурном знании о повседневности имеет место ряд проблем теоретико-методологического характера, которые и стремится решить данное диссертационное исследование.

---

<sup>5</sup> Черных А.И. Медиа и ритуалы. – М.; СПб.: Университетская книга, 2013. – 236 с.

## ОБЪЕКТ И ПРЕДМЕТ ИССЛЕДОВАНИЯ

Объект исследования – визуальная репрезентация повседневности в современной медиакультуре.

Предмет исследования – способы и практики визуализации повседневности в современной медиакультуре.

**ЦЕЛЬ РАБОТЫ:** дать концептуальное обоснование социокультурной трансформации повседневности под влиянием доминирования визуальных образов в эпоху новых медиа.

Этим определяются **ОСНОВНЫЕ ЗАДАЧИ РАБОТЫ:**

1. Проанализировать современное состояние исследований повседневности и выявить потенциальные «точки роста» культурологического подхода и методологии изучения повседневности как гетерогенной реальности, пронизанной коммуникациями на всех уровнях взаимодействия;

2. Исследовать принципы изучения оцифрованной превращенной повседневности, в которой стираются различия между офлайн и онлайн-средой;

3. Выявить специфику социокультурной трансформации повседневности в контексте доминирования визуальных образов и развития новых медиа;

4. Раскрыть влияние визуальной медиакультуры на формы связывания событий повседневной жизни, способы конструирования культурных форм и практик, стилей жизни современного человека, его идентичности;

5. Выявить специфические черты визуальной культуры эпохи новых медиа и показать ее воздействие на практики повседневной жизни, режимы видения и восприятия человека наблюдающего и демонстрирующего;

6. Проанализировать особенности визуальных изображений в социальных медиа, ставших базовым языком коммуникации, при помощи которого происходит репрезентация повседневного опыта.

7. Разработать качественную методику изучения цифровых визуальных способов и форм представления повседневности в социальных медиа, посредством которых пользователь сам создает версию своего Я, выстраивает свою визуальную траекторию повседневной жизни.

## ИСТОЧНИКИ

В диссертационной работе автор опирался на исследования зарубежных и отечественных авторов, изучавших сферу повседневной жизни во множественных историко-культурных, социальных, коммуникационных контекстах. Современная медиакультура – это конвергенция традиционных и новых форм коммуникации, которые все больше и больше вовлекаются в повседневную жизнь. Все три важных для данного исследования понятия «повседневность», «визуальность» и «медиа» имеют свою интеллектуальную историю, которая из перспективы «текущей современности» требует критического осмысления и обновления исследовательских подходов. Поэтому в рамках работы были выделены две группы источников: теоретические и эмпирические, ставшие основой для изучения тех кардинальных изменений, которые происходят в стилях жизни, обыденном опыте вследствие цифрового поворота («D-Turn»), появления персональных средств и сред потребления информации, распространения сервисов «пользовательского веба», интенсивности коммуникации и ее ориентации на визуальный контент.

В настоящее время можно говорить о новой «сингулярности» повседневности, существующей в ситуации «the digital», что требует теоретического расширения и уточнения исследовательских подходов, разработанных в доцифровую эпоху. Важно понимать, каковы различия в изучении концепта повседневности в цифровую и доцифровую эпоху, как «работать» с повседневностью сейчас, каковы способы гуманитарного наблюдения за онлайн-повседневностью.

Теоретические источники. К общетеоретическим источникам следует отнести работы А. Шюца, который одним из первых закрепил за повседневностью особое привилегированное место – «верховой реальности» в ряду других миров научной теории, игры, фантазии, искусства, сновидений. Во «множественной реальности» А. Шюца каждый из миров замкнут и обладает своей суверенностью. Значимым моментом для современной трактовки повседневности в теории Шюца является «общий тезис о взаимозаменяемости перспектив». Это тезис не отрицает наличие индивидуальных различий в восприятии мира, уникальности биографического опыта, но, тем не менее, подчеркивает, что повседневные взаимодействия только тогда возможны, когда действующие индивиды приобретают черты социальности – универсальности и безличности. Однако этот важный для феноменологической

социологии тезис требует пересмотра в современной ситуации «тотальной медиатизации» и стирания границ между онлайн и офлайн реальностью. В новой перспективе исследования повседневность обнаруживает свое сложное и противоречивое содержание, несводимое к ранее существовавшим стабильным и устойчивым формам рутинного взаимодействия людей, более того повседневность становится гетерогенной реальностью, местом пересечения разных жизненных миров.

Важными для осмысления концепта повседневности являются работы Э. Гидденса, Н. Элиаса, М. де Серто, Л. Болтански и Л. Тевено, которые в рамках практической парадигмы изучают «детали» повседневности, а именно «повседневные способы делания» – практики. В центре внимания исследователей находится плюрализм социальной жизни, множественные и разноуровневые формы включенности в мир, что позволяет дополнить понятие повседневности и рассмотреть ее процессуально в контексте конкретных ситуативных действий индивидов. В рамках практической парадигмы М. де Серто разрабатывает свой метод анализа повседневной культуры, ее «деталей», а именно «повседневных способов делания» – практик потребления, характерных моделей и способов действий пользователей. Интерес исследователя смещается от «пассивной неподвижной фигуры» индивида к актору, способному к повседневному анонимному творчеству, которое проявляется в будничных актах потребления, обустройстве быта или освоении городского пространства. В текущей современности следует учитывать, что повседневность складывается из противоречивых практик, утративших свою стабильность также и за счет их постоянного обновления в цифровом пространстве, которые формируют новую устойчивую среду неразделенного существования человека в цифровом и вне-цифровом пространстве.

В центре внимания диссертационного исследования находится изучение способов коммуникации и сценариев социального взаимодействия в онлайн-реальности. Источниками для понимания «порядка» представления себя в повседневной жизни стали работы И. Гофмана, а также исследования Д. Маршалла, П. Тейлора, К. Роджека, Э. Марвика, Л. Лёвенталь, изучающих поведенческие модели селебрити в системе медиа. Сетевой характер новых медиа обозначил целый ряд проблем изучения теперь уже цифровых практик. Их растущее число обусловило трансформацию повседневных рутинных взаимодействий, реальных связей и отношений, расширило границы

конструирования и презентации себя в онлайн-режиме, по сути, сделав эти практики обязательными для рядовых пользователей социальных сетей.

Изменения, связанные с трансформацией структуры общения в повседневном жизненном мире, рассматриваются в работах Ю. Хабермаса. Несмотря на то, что его концепция публичной сферы (коммуникативной рациональности) воплощает идеальную модель взаимодействия, она обретает новое звучание в связи с расширением границ повседневной жизни в онлайн. Однако необходимо отметить, что в рамках традиционного социологического видения без учета остаются изменения режимов приватной и публичной вовлеченности, а также новые модели идентификации, влияющие на практики повседневной жизни.

Проблема множественности некогда единого горизонта жизненного мира определила второй корпус теоретических источников, связанных с анализом феномена визуального, его роли в современной медиакulturе. С разных дисциплинарных позиций в работах Дж. Элкинса, М. Баль, Н. Трифта, К. Мокси, Г. Бельтинга визуальность рассматривается как основная черта современного общества. Снимая вопрос об уникальности, неповторимости визуального образа как эстетического объекта, авторы сосредотачивают внимание на изучении изменившихся структур и отношений в жизненном мире, к тем условиям существования современной культуры, которые связаны с использованием средств технического тиражирования изображений. При изучении графических и фотографических изображений доцифровой эпохи в основном использовался интерпретативный анализ. Однако, в настоящее время они вытесняются «постфотографическими», или цифровыми изображениями, которые расширяют сферу видимого, изменяют практики видения и самого актора, - потребителя и производителя образов. Поэтому для изучения визуального важно осмыслить этот процесс, чтобы приблизиться к пониманию репрезентации множественных микроконтекстов повседневной жизни и производства визуальных образов. Вместе с тем новые свойства визуальной культуры, ставшей цифровой, проблематизируют не только изменения традиционных взаимоотношений между создателем и зрителем, но и сам характер видения и видимого, а также сами способы передачи культурных смыслов и ценностей. Более того, вне научного рассмотрения оказалась взаимосвязь современных практик видения и новых способов визуализации

повседневного мира, которые скрепляют фрагментизированную повседневность, образуя единство многообразия социальной структуры.

Третий корпус теоретических источников связан с переосмыслением самой ситуации повседневной коммуникации, с включенностью в мир человеческих отношений многочисленных медиумов (традиционных и новых), диктующих свои правила и «расширяющих возможности» человека. Современная медиатеория характеризуется плюральностью и разнонаправленностью, хотя вопрос о ее самостоятельности как части социокультурного дискурса и месте среди других гуманитарных наук продолжает оставаться открытым. Такие медиатеоретики, как Н. Больц, Л. Визинг, Р. Дебрэ, Ф. Хартман, Г.М. Энценсбергер рассматривают медиальный поворот в контексте изменения моделей социальных отношений и систем коммуникации, картины мира, ценностных ориентаций общества, способов восприятия и производства образов.

Важное место в корпусе источников занимают теоретические работы Г. Дженкинса, Б. Веллмана, Г. Ловинка, О. Стинс, Д. Ван Фухт, посвященные проблемам изучения «сетевых характеристик» социальных взаимодействий, возникающих в ходе интеракций и определяющих современную повседневную жизнь. Исследования данных авторов сводятся к рассмотрению специфики и последствий функционирования новых медиа и учитывают логику взаимодействия цифровой реальности с повседневными практиками, их взаимовлияние.

Сетевая эпоха «больших массивов данных» проблематизировала ситуацию изучения трансформации современных форм коммуникации и повседневных взаимодействий в социальных медиа, ее кодов и репрезентации агентов. Значимыми источниками для изучения взаимодействия человека с цифровой средой и ее влияния на повседневность являются работы Л. Мановича, предложившего численные методы анализа цифровых объектов. Однако данный способ исследования не позволяет выявить, какие смыслы жизненного мира транслируют и производят визуальные изображения пользователей. Для качественной работы с повседневными практиками в цифровой среде требуются новые подходы и методы их изучения.

Эмпирические источники. Принципами отбора данных послужили: во-первых, тип медиа, существующий в онлайн или офлайн-режимах; во-вторых, формат контента, распространяемого посредством социальных медиа (изображения, твитты, видео,



инфографика и др.), в-третьих, характер взаимодействия пользователей с контентом и тип пользовательской активности. В качестве основного ресурса для проведения исследования были выбраны социальные медиа как сверхактивная и быстро развивающаяся в реальном времени среда, которая реализует целый ряд потребностей пользователя, его личное и групповое общение, эмоциональное вовлечение и организацию активизма. Каждая социальная сеть («ВКонтакте», «Одноклассники», Facebook Twitter) имеет такие универсальные функции, как совместное использование, комментирование, размещение контента.

Следует выделить целый ряд социальных сетей (Pinterest, Instagram, Snapchat, SlideShare), чьи платформы ориентированы только на визуальный контент. В российском сегменте самой популярной социальной сетью по количеству размещаемого визуального контента является Instagram, поэтому именно она была выбрана в качестве основного ресурса для исследования. Другой важной причиной выбора послужило то, что Instagram является социальной площадкой, где «реальные люди, делятся реальными моментами своей жизни», большая часть из которых, не являясь профессиональными фотографами, задействована в качестве просьюмеров, участвующих в производстве визуальности как элемента повседневности.

Выборка анализируемых изображений охватывает период с декабря 2015 года по июнь 2016 года, поскольку именно в этот период произошел значительный прирост пользовательской аудитории Instagram<sup>6</sup>. В этот период также увеличилось использование визуального контента в других социальных сетях, предназначенных для обмена текстовыми сообщениями. Поэтому для анализа были использованы личные страницы пользователей в «Одноклассниках», «ВКонтакте», Facebook, которые получили возможность быть интегрированными в Instagram. Кроме того, в качестве источников были выбраны аккаунты бьюти-блогеров, которые входят в рейтинг самых популярных авторов на YouTube и Instagram.

Эмпирической базой диссертации также являются исследования, выполненные автором: опрос «Социальные представления молодежи о повседневности» (январь 2016 года); опрос «Размещение визуального контента пользователями в Instagram» (февраль

---

<sup>6</sup> По данным исследования, проведенного компанией Brand Analytics, в 2015 году количество загружаемого контента на Instagram увеличилось в пять раз, а его активная аудитория включает в себя 10,6 млн. авторов, причем происходит значительное увеличение активности российского сегмента // Социальные сети в России, зима 2015-2016. Цифры, тренды, прогнозы // Brand Analytics. – 2016. – Режим доступа: <http://br-analytics.ru/blog/socialnye-seti-v-rossii-zima-2015-2016-cifry-trendy-prognozy/>

2016 года). Выборка исследования целевая, нерепрезентативная, взвешенная по полу и возрасту. На основании полученных данных, статистики Instagram и аккаунтов пользователей был сделан анализ визуальных изображений (февраль – июнь 2016 года), которые по хэштегам были сформированы в 9 групп и проанализированы в третьей главе работы. В процессе изучения темы в качестве источников использовались многочисленные данные и аналитические отчеты<sup>7</sup> исследовательских компаний TNS Gallup Media, Brand Analytics, Statista Inc и сервисов Websta.me, TinEye, Google reverse image search – инструменты для мониторинга, позволившие следить за активностью и анализировать ленту социальных сетей и аккаунты уникальных пользователей.

В целях более глубокого понимания тех процессов, которые происходят в современной медиакulturе, репрезентирующей повседневные практики, в качестве источников были использованы программы телепередач и телесериалов, выходящих в сетке вещания традиционных медиа – федеральных каналов – Первый, «Россия 1», НТВ, СТС, ТНТ в период 2015-2016 гг.

## МЕТОДОЛОГИЯ И МЕТОДЫ ДИССЕРТАЦИОННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Диссертация представляет собой социокультурное исследование, в котором внимание сосредоточено на «повороте» к изучению расширенной, превращенной формы повседневной жизни, одновременно существующей в коммуникативном поле взаимодействий онлайн и офлайн. Изменчивый характер повседневности потребовал теоретической ревизии тех методов и подходов, которые ранее использовались для анализа повседневности. Следует отметить, что ряд работ и концепций, которые рассматривались в качестве источников исследования, важны и в методологическом плане.

Для концептуализации повседневности значимым является феноменологический метод, разработанный Э. Гуссерлем, его понимание жизненного мира как особой сферы опыта человека. В определении жизненного мира у Гуссерля важной является характеристика intersубъективности, которая служит не только основанием для множественности субъектов и их повседневных миров, но и выступает основой их общности и взаимодействия. В современной ситуации гетерогенности повседневных

---

<sup>7</sup> Волков Д., Гончаров С. Российский медиа-ландшафт: телевидение, пресса, интернет. // Левада-Центр. – 2014. – Режим доступа: <http://www.levada.ru/2014/06/17/rossijskij-media-landshaft-televidenie-pressa-internet/>

практик феноменологический принцип исследования позволяет выявить единый жизненный горизонт, то есть взаимосвязь и взаимозависимость множественных субъективных повседневных миров.

В трактовке такого сложного феномена как повседневность, представляющего собой соединение социальных и культурных значений, автор опирается на концепции современной социологии повседневности (П. Бергер, Т. Лукман, В.В. Волков, О. Хархордин, В. Вахштайн). В них повседневные практики характеризуются как воспроизводимые и повторяющиеся действия, основанные на знании и умении человека быть в ситуации взаимодействия «лицом к лицу».

Переосмысление повседневности возможно с позиции нового подхода в культурологии, реализуемого в работах Л.Д. Гудкова, Л.А. Закса и др., благодаря которому стираются прежние предметные границы. В результате комплексные и междисциплинарные исследования получают некую культурную рамку, и такие различные дисциплины, как социология, социальная философия, социальная психология, классическая культурология, социология, история привлекаются для панорамного и, вместе с тем, детального анализа социокультурных феноменов. В работе на основании культурологического подхода повседневность понимается как трансформирующаяся социальная реальность, пронизанная коммуникациями на всех уровнях, сам факт существования которой демонстрирует множественность разных форм и оснований культурного опыта. Поиск связанности жизненного мира побуждает исследователя заново осмыслить природу повседневности, ее типичу и практики повседневного взаимодействия.

Для изучения социокультурной трансформации повседневности в современной медиакulturе в качестве методологической доминанты была выбрана программа культурных исследований (С. Холл, Г. Поллок, М. Джей и др.), связанная с реабилитацией повседневности, ее живого опыта, роли индивидуального актора в социальной жизни. Культурные исследования, ориентированные на изучение современной культуры (что не исключает изучения исторической ретроспективы), являются областью междисциплинарного знания, смежного в отношении социальных и гуманитарных наук. Изменяя прежние дисциплинарные границы между философией, культурологией, историей, социологией, политологией, экономическими науками, они открывают возможности переопределения сложившихся проблемных полей изучения

повседневности, обращая внимание на микроуровень отдельных культурных событий и фрагментизированный индивидуальный опыт.

Центральная идея диссертации заключается в том, что социокультурное «переопределение» повседневности, ее трансформация происходит под влиянием визуального контекста, доминирования визуальных образов, которые не существуют вне своего медианосителя. Для формирования авторского понимания современной визуальной культуры были использованы различные подходы визуальных исследований, в том числе, изучение конструирования реальности посредством визуальных практик (Г. Дебор, Ф. Джеймисон, С. Сонтаг, Р. Краусс, Е. Петровская). Для данных авторов визуальный образ выполняет социальные функции, конструирует жизненный мир, его смысловой контекст, а также способы самопрезентации и идентификации в повседневной жизни.

Проблематика старых и новых медиа осмысляется в диссертации с опорой на установки современных медиа исследований, в соответствии с которыми цифровые медиа изучаются во взаимосвязи с социальными, культурными и антропологическими трансформациями. Важной теоретико-методологической основой для современного анализа системы медиа является теория социальных систем Н. Лумана. Теоретическим основанием изучения новых медиа стали работы как зарубежных авторов П. Вайбеля, У. Митчелла, Д. Рашкоффа, Т. О'Рейли, К. Кртиловой, так и российских Б. Гройса, Б.В. Дубина, В.В. Савчука, А.Н. Фортунатова. Анализ поля научных исследований, посвященных новым медиа, выявил несколько ключевых тем, требующих дальнейшего теоретического осмысления: переопределение культурных форм благодаря распространению в медиа визуальной информации (Л. Манович); конструирование цифровых изображений путем компьютерных систем, которые образуют автономную и замкнутую систему медиа (Ф. Киттлер); возникновение сетевого общества, в котором генерирование и передача информации становится основным источником опыта и практик повседневной жизни (М. Кастельс).

Одной из методологических проблем является то, как изучать поликодовые цифровые сообщения, каким должен быть инструментарий для исследования повседневных практик в социальных медиа. Традиционные подходы и методы анализа больше не удовлетворяют потребности в изучении цифровых онлайн-изображений, существующих в реальном режиме времени. Метод визуализации медиа, предложенный

Л. Мановичем позволяет сделать видимыми общую «форму» коллекции сообщений в социальных медиа, но предложенные техники не являются «идеальными» для качественного медианализа. По своему характеру – это количественные (программные) техники исследования, благодаря которым можно обрабатывать большие массивы данных, осуществлять темпоральную и пространственную выборку с целью изучения определенных характеристик медиаданных. Новый характер цифровых практик требует выработать более точный инструментарий, учитывающий как количественные, так и качественные данные. В данном исследовании были учтены методы изучения интернет-среды, представленные в работах И.Ф. Девятко, О.Ю. Кольцовой, Б. Хогана, которые позволяют анализировать пользовательский контент и особенности общения, интересы интернет-сообществ.

В данной диссертации научный интерес не сводится к изучению количественной совокупности визуальных цифровых изображений, он направлен на исследование тех социальных и культурных процессов жизненного мира, основой которых в современном онлайн-пространстве выступают визуальные образы. В соответствии с этой установкой автор обратился к инструментарию дискурс-анализа (Д. Матисон, Л. Филипс, М.В. Йоргенсен, М. МакДональд, Д. Доуви, С. Тичер, М. Мейер, Р. Водак, Е. Ветер, Р. Джонс, А. Чик, К. Хафнер), чтобы определить способы конструирования и трансляции повседневного опыта в эпоху цифровых коммуникаций. Ресурсы дискурс-анализа, который в большей степени был «текстоцентричен» и обращен к смысловым структурам текстов, позволяют его использовать для изучения новых процессов, а именно визуальных цифровых практик пользователей. Значимым для изучения специфики социальных медиа является такое направление исследований, как феноменология медиатекстов, которое ориентировано на анализ смыслового содержания сообщений и установок пользователей, создающих общий смысловой горизонт жизненного мира. Не менее важно обратиться к методам социальной психологии, позволяющим проанализировать социальные представления о повседневности, к социологическим методам, в частности к контент-анализу, опросным методикам для изучения аккаунтов уникальных авторов в Instagram.

## НАУЧНАЯ НОВИЗНА ИССЛЕДОВАНИЯ

1. Систематизированы и проблематизированы основные теоретические подходы к изучению повседневности.
2. Обоснована необходимость пересмотра доцифровых концепций повседневности и выявлены основные тенденции трансформации повседневности, ее конститутивные характеристики в цифровую эпоху.
3. Доказана ключевая роль медиакommunikаций в трансформации повседневности и определено значение визуальности как базового модуса современной медиаккультуры.
4. Выявлено расширение границ повседневности и раскрыты ее новые качественные характеристики в эпоху цифровой культуры.
5. Выработана методика и инструментарий для качественного исследования цифровых изображений в социальных медиа.

## ПОЛОЖЕНИЯ, ВЫНОСИМЫЕ НА ЗАЩИТУ:

1. Социокультурные изменения в современном мире требуют от исследователей пересмотра концепций, теоретико-методологических подходов и обоснования новых предметных областей анализа повседневности, связанных с изучением современных форм повседневной жизни. Опираясь на позицию новой культурологической парадигмы, повседневность понимается как сфера множественных коммуникативных практик и взаимодействий, которые соединяются друг с другом посредством традиционных и цифровых медиаобразов, создавая новую оцифрованную среду существования человека, с новыми режимами вовлеченности и практиками типизации.
2. Парадигма современной культуры определяется коренной трансформацией дискурса от вербального к визуальному. Анализ подходов к феномену визуального показал, что в современной культуре изменился не только способ бытия, структура образа, но и сам объект визуальных исследований. Поток визуальных образов сформировал особую реальность – медиареальность. В современной медиаккультуре посредством визуальных образов мир повседневности становится объектом наблюдения, рефлексии, интерпретации и оценки.
3. Визуальные образы стали способом осмысления повседневного мира, способом его конструирования, собирая из множественных локусов индивидуальных

миров единый жизненный мир, исходя из которого, индивиды представляют себя, принимают решения, взаимодействуют друг с другом. Типичные области повседневной жизни, «способы делания», которые раньше являлись непроницаемым фоном социальной деятельности, благодаря их визуальной репрезентации, «вышли на поверхность», стали сферой очевидного и публичного, расширив зону допустимого приватного видения.

4. Цифровые медиаобразы конструируют новую превращенную форму жизненного мира – онлайн-повседневность, ставшую сегодня «домом бытия» и существующую в режиме реального времени. Ситуация снятия границ между офлайн- и онлайн-реальностью, субъектом и объектом видения изменяет способы идентификации, устойчивость паттернов поведения, тип повседневной оптики (фрагментарный, мультиплицированный, мобильный, вуаристичный), сокращает дистанцию близкого/далекого, своего/чужого, частного/публичного.

5. Онлайн-повседневность как особая и самоценная реальность с собственной онтологической логикой и феноменологией, существующая в режиме реального времени, имеет собственное пространство, со своими способами «передвижения» и своим горизонтом выбора. Повседневность в новых медиа предстает как проектно-сконструированный жизненный мир, рассчитанный на оценку и одобрение социальными сообществами. Визуальная репрезентация в социальных медиа конструирует нормативно-идеализированный и эстетизированный образ повседневной жизни в соответствии с ожиданиями и социально одобряемыми паттернами поведения, стереотипами видения и зрительными доминантами, принятыми социальными группами пользователей.

6. На основании проведенного исследования выявлено, что спецификой визуальной трансляции повседневного опыта в социальной сети Instagram является использование тактик онлайн-присутствия, которые осуществляются через саморепрезентацию или собственный жизненный мир пользователя. Массовая практика селфи, с одной стороны, возрождает ранее деконструированную субъективность, а с другой – является новой формой отчуждения человека, индивид уподобляется «объективному» не-себе, Я-кадру, при помощи которого со-конструирует свою идентичность и идентичность Другого.

АПРОБАЦИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ИССЛЕДОВАНИЯ состоялась в процессе чтения лекционных и специальных курсов по «Культурологии», «Истории и теории мировой культуры», «Истории рекламы», «Истории мировой и литературы и искусства», «Истории и теории религии» в процессе разработки мультимедийных интерактивных учебных курсов для смешанного и открытого образования по «Культурологии».

Обсуждение промежуточных и итоговых результатов исследования состоялось на следующих научных конференциях:

Международные конференции:

X международная научно-практическая конференция Гуманитарного университета «Человеческая жизнь: ценности повседневности в социокультурных практиках», Екатеринбург, 5-6 апреля 2007 года; II Международный симпозиум «Безопасность в современном мире: социально-психологические аспекты», Екатеринбург, 14 апреля 2011 года; XIV Международная научно-практическая конференция Гуманитарного университета «20 лет постсоветской России: кризисные явления и механизмы модернизации», Екатеринбург, 19-20 апреля 2011 года; III международная научно-практическая конференция «Инновационные процессы и человеческий капитал», Екатеринбург, 29-30 ноября 2012 года; III Международный симпозиум «Феномен безопасности: от социальной психологии до макропсихологии», Екатеринбург, 12 апреля 2012 года; XV международная научно-практическая конференция Гуманитарного университета «Российский человек в «разломе эпох»: quo vadis?», Екатеринбург, 26-27 апреля 2012 года; IV международная научно-практическая конференция «Социальные инновации: стратегии, концепции и практики», Екатеринбург, 5-6 декабря 2013 года; XVI международная научно-практическая конференция Гуманитарного университета «Россия в мире XXI века: между насилием и диалогом», Екатеринбург, 15-16 апреля 2013 года; V Международный симпозиум «Стратегии обеспечения психологической безопасности в условиях неопределенности», Екатеринбург, 10-11 июля 2014 года; IV Международный симпозиум «Мультикультурная реальность: стабильность и безопасность», Екатеринбург, 11-12 апреля 2013 года; XVII Международная научно-практическая конференция Гуманитарного университета «Современный город: социальность, культуры, жизнь людей», Екатеринбург, 14-15 апреля 2014 года; VI Международный симпозиум «Риск и безопасность: социально-психологические аспекты», Екатеринбург, 15-16 июля 2015



года; Международная конференция российских и зарубежных ученых «Человек и мир: психология риска, инноваций, конфликта», Екатеринбург, 5-6 ноября 2016 года; XIX Международной научно-практической конференции Гуманитарного университета «Устойчивое развитие России: вызовы, риски, стратегии» Екатеринбург, 12-13 апреля 2016 года; VII Международного симпозиум «Векторы психологической безопасности современного общества: доверие и субъективное благополучие», Екатеринбург, 14-15 июля 2016 года.

Всероссийские конференции:

Всероссийская научно-практическая конференция Гуманитарного университета «Современная Россия: путь к миру – путь к себе», Екатеринбург 10-11 апреля 2008 года; XII российская научно-практическая конференция (с международным участием) Гуманитарного университета «Мультикультуральная современность: Урал-Россия-Мир», Екатеринбург, 2-3 апреля 2009 года; XIII Всероссийская научно-практическая конференция Гуманитарного университета «Неожиданная современность: меняющиеся реалии XXI века. Мир-Россия-Урал», Екатеринбург, 8-9 апреля 2010 года;

XVIII Всероссийская научно-практическая конференция Гуманитарного университета «Университет XXI века: старые парадигмы и современные вызовы», Екатеринбург, 7-8 апреля 2015 года; XX Всероссийской научно-практической конференции Гуманитарного университета «Россия между модернизацией и архаизацией: 1917-2017 гг.», Екатеринбург, 11-12 апреля 2017 года.

Всего около 20 конференций за последние 10 лет.

Положения и выводы диссертации обсуждались на заседании кафедры истории и теории культуры РГГУ.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во Введении обоснована актуальность темы исследования, раскрыта степень разработанности проблемы, сформулированы цель и задачи исследования, определены его методологические основания, раскрыта научная новизна исследования, показана теоретическая и практическая значимость полученных в исследовании результатов, сформулированы выносимые на защиту положения, дана общая характеристика структуры работы.

В первой главе **«Феномен повседневности в визуальной медиакulturе»** на основании анализа теоретико-методологических подходов в современном гуманитарном знании переосмысливается понятие повседневности, обоснована авторская трактовка повседневности и выделены новые способы ее интерпретации в эпоху цифровой культуры и средств визуализации.

В первом параграфе **«Теоретико-методологические подходы к изучению повседневности в современном гуманитарном знании»** представлен анализ существующих подходов в исследованиях повседневности, отмечен вклад и границы их объяснительных возможностей, определены пути «пересборки» концепта повседневности в современной медиакulturе. Повседневность как объект изучения всегда находилась в зоне философской и культурологической дискуссии, борьбы полярных подходов, при этом повседневность всегда определялась в духе времени, доминирующих в обществе ценностных ориентаций. «Переопределение» повседневности разными культурно-историческими эпохами, стремление ее отрефлексировать говорит не только о многообразии идей и точек зрения, но и о том, что повседневность как сфера «самоочевидного» и «само-собой-разумеющегося» является многозначной и многоуровневой реальностью, заданной множественностью различных практик и взаимодействий людей. Это означает, что концептуализация повседневности всегда становится ее теоретической моделью, где сама искомая «бескачественность» многоголосия обыденной жизни не схватывается, а выявляются лишь отдельные ее проявления.

Актуализация концепта повседневности в XX веке связана как с социально-экономическими изменениями в обществе, так и с изменениями его ментальных, духовных и ценностных ориентиров. С развитием феноменологической и герменевтической школ на смену позитивистскому тезису о неподлинности повседневности пришло теоретическое осмысление повседневности как «реальной жизни», происходящей «здесь и сейчас», особым объектом изучения становится жизненный мир человека. Согласно Э. Гуссерлю, жизненный мир отнесен к субъекту, это его собственный повседневный мир, который всегда субъективный, релятивный, историчный, и главное – дан каждому человеку в модусе практики. Важным в определении жизненного мира у Гуссерля является характеристика интерсубъективности, которая служит не только основанием для множественности

субъектов и их повседневных миров, но и выступает основой их общности и взаимодействия.

Значимым подходом, с точки зрения диссертанта, для современной трактовки повседневности является социологическая теория А. Шюца, который выдвинул ключевой для социального знания тезис о множественности реальностей, в которой пребывает человек. По Шюцу, повседневность, будучи одной из конечных областей значений, прежде всего, определяется как «верховная реальность», она связана с деятельной природой человека и его личностной вовлеченностью в мир социального действия и коммуникации. Человек в повседневность погружен полностью, в отличие от других «конечных областей значений», где он участвует частично. Следует отметить, что в рамках социальной феноменологии произошла суверенизация повседневности как особого мира, не сводимого к другим мирам. Понимая, что человеческие мотивы сложны и запутаны и их практически невозможно анализировать, Шюц (вслед за Гуссерлем) формулирует «общий тезис о взаимозаменяемости перспектив», согласно которому взаимодействие и понимание людьми друг друга базируется на предположении, что мои партнеры по коммуникации видят мир так же, как и я сам. Повседневность здесь понимается как общий, интерсубъективно типизированный мир социального действия и коммуникации, где мы имеем дело с привычными формами, типами взаимодействий (типические ситуации, мотивы и т.д.), которые представляют собой репертуар культурных моделей, используемых индивидами в практической деятельности.

Однако важно отметить, что для современной культуры тезис А. Шюца «о взаимозаменяемости перспектив» имеет ряд ограничений и требует, с нашей точки зрения, конкретизации и уточнения, обязательного соотнесения с реалиями современного общества. Повседневный мир современного человека с возрастанием мобильности и социальной неопределенности стал не так устойчив и стабилен. Новые характеристики современности заставляют обратить внимание на разные, отличные друг от друга «локусы» повседневности (городская/сельская, советская/постсоветская, офлайновая/онлайновая, частная/публичная и т.п.), на множественность и вариативность сценариев взаимодействия, плюральность норм и ценностей, которые могут противоречиво сосуществовать, одновременно дополняя друг друга. Парадокс повседневного взаимодействия людей заключается в том, что типическое не исключает

ситуацию «лицом к лицу», в которую партнеры по коммуникации могут быть вовлечены не только функционально, но и сущностно. Иными словами, повседневность как сфера рутинного и типического, вместе с тем является «местом образования смысла, открытия правил», именно здесь происходит пересечение традиции и инновации, определенных норм и отклонения от них.

Автор считает, что признание текучей и многомерной природы социальной жизни заставляет пересмотреть центральный тезис феноменологии повседневности о «множественности миров» как «замкнутых» и «конечных» областей смысла, теперь сама «верховная реальность» начинает рассматриваться как сложно структурированный мир, переставший быть единым. «Переоткрытие» повседневности во второй половине XX века происходило под знаком «практического поворота», в его рамках такие разные по исследовательским установкам авторы, как П. Бурдье, Э. Гидденс, Н. Элиас, М. де Серто, Л. Болтански и Л. Тевено, И. Гофман обратили внимание на то, что раньше казалось непроблематичным – на практики повседневной жизни, образующие «свободные зоны», защищенные от давления социальной системы или внешней среды. Значимость понятия «практика» трудно переоценить для культурологических исследований современной повседневной жизни, так как обращение к множественным конкретным частным практикам позволяет их вывести из зоны незамечаемых и потому и нерелевантных действий. В многообразии подходов к исследованию повседневных практик выделим программу И. Гофмана, для которого повседневный мир – событийный порядок непосредственного взаимодействия людей, опирающийся на устойчивые формы интерпретации опыта – фреймы. Автор полагает, что понимание фреймов как схем интерпретации позволяет их использовать для анализа контента новых медиа, для исследования конструирования событий при помощи как традиционных, так и цифровых медиа. Однако анализ рамочного характера восприятия Гофман показал на материалах прессы, визуальные репрезентации не находились в поле исследования автора.

Новый характер современного общества продиктовал и новый контекст изучения повседневности, смысл которого конструируется в коммуникации медиа как системного качества современного общества. Перспективным, на наш взгляд, в условиях современного медийного общества является подход Н. Лумана, позволяющий показать, что коммуникация имманентно присуща повседневности, укоренена в ней, поскольку

«коммуницируемым становится весь мир и место «феноменологии бытия занимает феноменология коммуникации».

Учитывая имеющийся опыт исследования повседневности в современном гуманитарном знании, диссертант выделяет ряд ограничений существующих определений, который связан с новым социальным и культурным контекстом, в котором повседневная жизнь развивается. Во-первых, в современном обществе повседневность представляет собой текучую, непрерывную, трансформирующуюся реальность, и она не может регулироваться ранее сложившимися традиционными и стабильными образцами интерпретации и типизации. Во-вторых, смысловое пространство «жизненного мира» человека воспроизводится в качественно новых формах повседневных практик, быстро меняющихся под воздействием медиа и цифровых средств коммуникации. Коммуникативное пространство повседневности представляет собой все больше неразделенный опыт существования человека в цифровой и вне-цифровой среде. В-третьих, в современной культуре изменяются способы и средства представления многообразных миров, таким инструментом «схватывания реальности» выступают визуальные изображения массово тиражируемые медиа.

Новые ценностные ориентиры современности имеют важное значение для обоснования авторской концепции изучения повседневности как сферы множественных коммуникативных взаимодействий, которые сцепляются друг с другом посредством как традиционных, так и социальных медиа, образуя новую медийную и оцифрованную среду существования человека, с новыми режимами вовлеченности и практиками типизации «лицом к лицу».

Во втором параграфе **«Влияние визуальной медиаккультуры на трансформацию повседневности»** осмысляются те изменения в современной культуре, которые привели к трансформации повседневных практик и рутинных взаимодействий. Опираясь на анализ изменяющихся условий социальной и культурной жизни З. Баумана и Дж. Урри, диссертант полагает, что современная повседневная жизнь является полем скрещения самых разных социальных алгоритмов и типов социального поведения (советских/постсоветских, модернистских/традиционных, офлайновых/онлайновых, глобальных/мультикультуральных), «многоголосие» которых изменяет некогда существовавший «единый жизненный мир» традиционной культуры. В текущем и

мобильном пространстве коммуникаций, где одна реальность «набегает» на другую, где одновременно сосуществуют разные социальные группы и сообщества, для которых актуальны принципиально отличные друг от друга правила и ценности, скорее, можно говорить о фрагментарной, «лоскутной» повседневности.

Повседневная жизнь обладает «ускользающей» сущностью, выявить ее общую связанность в изменяющемся многообразии индивидуальных практик – означает выделить ключевые точки «сборки» социальной реальности. В традиционной культуре формы рефлексии обыденного были связаны с преданиями, мифами, которые закреплялись в «формульных» текстах житейской мудрости – пословицах, поговорках, а затем важную роль стали играть художественная и мемориально-дневниковая литература, журналы и газеты, нарративность которых являлась своеобразной «скрепой» и способом фиксации жизненного мира в слове.

В современной культуре эта роль в полной мере принадлежит медиа и транслируемым визуальным образам, теперь они задают композиционную рамку нашего видения, через которую мы наблюдаем, оцениваем, рефлекслируем происходящие изменения. Они из оче-видного средства превратились в особое зеркало, помогающее ориентироваться в мире, в способ рефлексии и конструирования жизненных миров. Принципиальным моментом современной трансформации повседневности стал иной подход в использовании визуальной информации. В эпоху рукотворного образа и живопись, и графика были неотрывны от пространства-времени смотрящих на них зрителей и визуальное восприятие было уделом узкого круга ценителей. С развитием цифровых средств коммуникации изменились не только функции и статус образов, но и стиль жизни, габитус современного человека, способы взаимодействия со средствами информации и коммуникации. В XX веке основой современной культуры становится не линейное письмо, а поток экранных изображений, который свободно вмещает в себя устную речь, анимацию, письменные тексты. Сегодня зачастую визуальный ряд выполняет функцию рассказчика, заменяя и дополняя восприимчивость текстовую. Привычная рутинность повседневности, неартикулируемость обычных отношений получает четкую закреплённость как визуальную, так и пространственно-временную.

Особую роль визуальное начинает играть в сетевой коммуникации, благодаря которой перед пользователями разворачивается своеобразный «документальный дневник» повседневных событий, получающий значимость визуальной фиксацией. Так,

на смену «сетевым разговорам» в социальных сетях с установкой: «Ты есть, пока рассказываешь», пришла новая повседневная практика: «Ты есть, пока тебя видят». Прежде всего, изменился прежний порядок взаимодействия «лицом-к-лицу», появилась новая форма связанности «лицом-ко-многим», в результате которого через зрительные сценарии правил происходит усвоение повседневных житейских сценариев. Важно подчеркнуть, что визуализированный сценарий действия использовался и в традиционной медиакультуре, но сами практики, режим вовлеченности стали принципиально многомерны, полиэкранны, сократилась дистанция между доступным и недоступным, далеким и близким, приватным и публичным.

Визуальные изображения представляют повседневные практики и окружающие человека вещи, и это, прежде всего, свидетельствует о том, что произошла легитимизация сферы повседневного. Фиксация будничного (о чем «хлопочут» и «печалются» пользователи) говорит о признании повседневности как самодостаточной сферы, о значимости и универсальности ее характеристик. Визуальные изображения в силу их суггестивности и направленности на ощущения в момент «здесь и сейчас» опережают способы рационализации повседневности, в них неартикулированность обычных отношений приобретает проявленность, не всегда рефлекслируемую, но видимую каждым.

Во второй главе **«Формы и средства репрезентация повседневности в современной культуре»** обозначено проблемное поле изучения визуального в современной медиакультуре, выявлены основные способы конструирования смыслов и значений повседневности, стратегии того, что отсеивается и что выносится на поверхность видимого, берется под контроль при помощи традиционных и новых медиа.

В первом параграфе **«Новое предметное поле изучения визуальности в современной медиакультуре»** проводится анализ основных направлений и подходов изучения визуального, а также выявляется специфика визуальных образов в современной культуре. На основе анализа визуальных исследований автор обобщенно выделяет два основных направления, позволяющие проанализировать генезис и выявить новые предметные ракурсы в изучении визуального. В рамках первого направления визуальных исследований, с точки зрения диссертанта, было высказано немало ценных идей о природе визуального, о его кодах и функционировании, специфике видения и его

взаимосвязи с телесным опытом. Опираясь на методологические ресурсы искусствознания, феноменологии визуального и семиотики визуальных искусств, авторы начали не только рассматривать визуальное как специальный дискурс о художественных артефактах, но и учитывать множество современных медиумов, имеющих визуальную природу. Расширение анализа визуального, связанного с возникновением новых отношений между художественным и нехудожественным, обусловило возможность для исследования «другой» визуальности – массовых медийных образов, существующих в онлайн и офлайн.

Для второго направления визуальных исследований (В. Беньямин, Г. Бём, Ж. Бодрийяр, Ж. Деррида, К. Мокси, М. Маклюэн, П. Вирильо, М. Фуко, Ф. Джеймисон, Х. Бельтинг) предмет изучения визуального предельно расширяется, включая сферу нехудожественного, неэстетического, «непосредственного» визуального опыта и разнообразных форм и способов инструментализации образов. Интерес к элитарной визуальности сменяется интересом к визуальным феноменам повседневности, изучением разнообразного репертуара визуальных форм как исторически созданных конструкций. Объектами исследования становятся любые предметы, воспринимаемые зрительно, а также сами акты их рассмотрения, понимаемые как культурно сконструированные. Внимание к подобным изображениям связано, главным образом, с тем, что данное направление испытывало на себе влияние «культурных исследований», которые базировались на марксистской и постмарксистской теории в интерпретации визуальных феноменов общества, связывая культурные формы с социальной структурой общества, реконструируя социальные тексты и значимые смыслы. Его визуальные практики, «скопические режимы», или режимы взгляда, особый порядок рассматривания мира, одним словом, все формы визуальности как социального явления. Именно «расширительное поле зрения» создали объектную область исследований, включающую историчность, социальную закреплённость, открытость многостороннему анализу.

Анализ подходов к феномену визуального показал, что в современной медиакulturе изменился не только способ бытия, структура образа, но и сам объект визуальных исследований. Автор отмечает, что изучение визуального предполагает акцентирование внимания на изменяющихся структурах и отношениях в жизненном мире, тех контекстах современной культуры, которые связаны с использованием



средств технического тиражирования и цифровых технологий. Произошедшие изменения «сняли» вопрос об уникальности, неповторимости визуального образа как эстетического объекта. Поток визуальных образов сформировал особую реальность – медиареальность, где стерты границы между высоким и низким, художественным и нехудожественным.

С появлением гаджетов и цифровых камер увеличилось количество «материальных» визуальных изображений, теперь каждый стал «сам себе режиссером» по созданию и производству визуальных образов. Область визуального в современной культуре включает в себя как традиционные визуальные объекты – картины, фотографию, фильмы, видео – и телесюжеты, так и цифровые артефакты, существующие в режиме реального времени. Современные визуальные практики фиксируют многоголосие, полистилизм, фрагментарность, присущие современной эпохе, и в свою очередь выступают новой формой социальной связности. Эта «вторая реальность», репрезентируемая медиа, окружает людей постоянно и повсеместно, и ее образы вплетены в повседневную жизнь. Будучи «окнами в реальность», индексами культурных ценностей, центрами ритуальных действий, современные визуальные образы являются воплощением общих и индивидуальных потребностей. Став «окружением» человека, современные визуальные образы проблематизируют ситуацию, связанную с уточнением и пересмотром тех методов и подходов, которые использовались гуманитарной наукой XX века для объяснения и анализа феномена визуального в онлайн-культуре. Проблема изучения феномена визуального автору видится в конфликте между привычной статикой восприятия визуального и «симультанной бесконечностью» сетевых образов, помещенных в интерактивный контекст, насыщенных живыми эмоциональными реакциями и имеющими свою агентность.

Во втором параграфе **«Визуальное конструирование повседневности как медийной реальности»** исследуется то, как повседневность видит, осмысляет себя через зеркало медиа, как визуальные образы конструируют повседневные практики, скрепляя множественность разрозненных жизненных миров. Одним из важных следствий использования визуальных стратегий в современной культуре диссертант видит превращение реальности в медиареальность, что сокращает дистанцию между миром и человеком, познаваемым и познающим, реальностью и ее репрезентацией.

Именно медиа как посредники транслируют образ мира, который неотличим от реальности, смешивают реальность и ее репрезентацию. Обладая символической властью, они выступают конструкторами реальности, создавая фоновые знания, которые постоянно воспроизводятся, а потому могут не замечаться, обладать силой привычного.

В современном медиаобществе именно визуализация усиливает значение стереотипов как комплекса представлений, фиксирующих атрибуты группы. Как продуктивный знак повседневности, стереотипы обеспечивают общность проживания того, что не стало личным. Поэтому через демонстрацию стереотипов обыденного и общепринятого поведения: приготовления пищи, умения носить одежду, техник и технологий ухода за собой, путешествий, хобби, ремонта жилища, покупок. Транслируя ранее невидимые стереотипы, визуальные медиаобразы собирают из локусов отдельных индивидуальных миров единый горизонт повседневного жизненного мира.

Благодаря разным форматам медиа, в зависимости от кнопки включения (TV или Яндекс) пользователь может оказаться в разных реальностях – офлайновой или в онлайновой, попасть в модус архаизации или в поток горизонтальных коммуникаций, демократичных по своей сути, где каждый имеет право голоса. Если традиционные медиаобразы создавали индивидуальную реальность, ту, от которой индивид на время мог отключиться, то с приходом цифровых медиаобразов происходит конструирование новой превращенной формы жизненного мира – виртуальной повседневности, ставшей сегодня «домом бытия» в режиме реального времени. Изменившийся эффект «присутствия» человека в мире, его одновременная принадлежность сразу двум мирам – физическому и виртуальному означает не только повседневное проживание в них, но и ценностно-смысловой переход внешнего во внутреннее, индивидуального в массовое, частного в публичное, что и фиксируют визуальные медиаобразы, ставшие конструкторами повседневных практик человека.

Автор отмечает, что переход с аналогового на цифровой тип кодирования, означает не только как технологический, но и как культурный, социальный и антропологический «сдвиг». Во-первых, образованные на основании цифрового кода, новые медиа стирают границы между потребителями и создателями, любителями и профессионалами, теперь каждый пользователь интегрирован в процессы просмотра, комментирования, создания контента. Во-вторых, цифровые технологии стали активно внедряться в повседневные практики: пользователи мгновенно обмениваются интернет-

сообщениями во время разговора с друзьями, при помощи смартфона по пути бронируют, заказывают билеты в кинотеатр, выстраивают оптимальные маршруты, покупают вещи. Это все знаки того, что происходит стирание границ между офлайн-овыми и онлайн-овыми практиками. И наконец, новые медиаобразы конструируют «специфическую телесность» – виртуальное, нематериальное, бестелесное тело, которое представлено авторской страничкой в социальных сетях. Заменителями реального тела выступают визуальные изображения: собственные фото, выбор аватаров или юзерпиков. Обширный репертуар масс-медийных образов сформировал иной тип доступа к чувствам и опыту, человек перестал быть сторонним наблюдателем, он активно включен в процесс не только потребления, но и создания «изображений», повсеместной интеракции, конструируя общее, коллективное видение.

В третьей главе **«Визуальные способы представления повседневности в новых медиа»** выявлено, что цифровые медиаобразы являются универсальной формой современной культуры, посредством которой повседневность осмысляет и воспринимает себя как новую – превращенную и «удвоенную» интернет-реальность. Оцифрованная социальными медиа, повседневность обладает двойственным характером. С одной стороны, ей присущи важнейшие признаки самостоятельной реальности, вырастающие из логики медиа, а с другой, несмотря на горизонтальный сетевой порядок коммуникаций, она структурирована и типизирована так же, как и офлайн-овая повседневность.

В первом параграфе **«Специфика социальных медиа: способы визуализации повседневности»** показано, что новые медиа стали не только частью повседневных коммуникаций, но и начали самостоятельно воспроизводить и структурировать ткань многообразных повседневных взаимодействий. Сетевая организация социальных медиа создала такие формы поведения, которые стали повседневной, социальной, потребительской и профессиональной практиками, позволяющими с помощью круга друзей и знакомых решать ежедневные рутинные задачи. Кроме того, многоканальный модус социальных сетей трансформировал традиционные повседневные взаимодействия, основанные ранее на оппозиции близкое/далекое. Новая структура отношений привела к развитию «слабых связей», сплочению неблизких, формально знакомых людей, а значит, к расширению пространства и интенсивности процессов повседневной коммуникации, новым формам и способам кооперации людей.

Автор анализирует такие многочисленные по охвату социальные сети, как «ВКонтакте», «Одноклассники», Facebook, «Instagram, указывают на множественность вселенных интернета – публик и целевых аудиторий и являются изменчивой и неоднородной средой, отражающей плюральность современной повседневной жизни. Являясь «живыми» индикаторами общественных настроений, социальные сети репрезентируют настроения и ценности своих социальных групп. Анализ контента страниц обычных российских пользователей, показал, что в центре внимания онлайн-коммуникации (что характерно и для офлайновой повседневной жизни), оказывается персонализированный «мир очевидностей», а именно, индивидуализированная и приватизированная версия событий получает «онтологический статус поступка», переживается пользователем как реальная жизнь в интернет-пространстве.

Вместе с тем этот ускоренный режим реального времени социальных медиа «расцепляет коммуникацию», то есть фрагментирует время конкретного опыта повседневной жизни, отчуждает человека от материального, хронологического времени, времени-интервала, поглощает память и проблематизирует потребность в переживании актуального настоящего. Новые медиа создают динамичную картинку непрерывного и разнообразного свидетельства и моментального документирования повседневности, но вместе с тем лишают время повседневности опыта забвения, отчуждения прошлого, редуцируя сложность жизни до образца простоты и заурядности.

В соответствии с форматом сети опыт повседневной жизни каждого из героев сообщества визуализирован для других. Рассчитанная на «взгляд другого», повседневность становится проектно-сконструированной, опосредованной интересами Другого. Размещаемые визуальные материалы становятся инструментом не только самореализации и самоидентификации актора социальной сети, но и способом self-коммодификации, помогающим создать из самого себя и своей жизни визуальный объект, который может успешно продвигаться и продаваться на медийном рынке. Кроме того, подобно традиционным медиа, пользователям социальных сетей предлагается сконструированный образ реальности, который преобразует ее в соответствии с ожиданиями и социально одобряемыми форматами поведения. С расширением границ новых медиа и проникновением визуальных изображений в разнообразные жизненные миры домашнего, городского, публичного пространства изменились как социальные отношения, паттерны поведения, поле чувственности и телесности, так и сами

визуальные сообщения. Мобильность жизни и сами социальные медиа, существующие в режиме реального времени, ситуации «экономики внимания», повлияли на пользовательский контент, который стал преимущественно визуальным и, вместе с тем, приобрел новый статус: из средства репрезентации превратился в средство коммуникации.

С развитием социальных медиа мы можем говорить о дигитализации повседневных практик: многие привычные, рутинные действия могут выполняться одновременно как в офлайн, так и в онлайн, такая транспарентность любого действия превращает цифровой опыт в живой и реальный. Обмениваясь визуальными изображениями, пользователи со-конструируют жизненный мир, где каждый элемент их частного опыта заслуживает того, чтобы быть опубликованным. Будучи видимым другими, опыт пользователя становится личным социально, и при этом нормативно заданным, сконструированным. Таким способом, визуальные практики формируют новое соединение частного-общего в повседневной жизни, существующей в режиме реального времени.

Во втором параграфе **«Исследование визуальных репрезентаций повседневности в социальных сетях (на примере Instagram)»** проанализированы особенности визуальных изображений жизненного мира в социальной сети Instagram, которая характеризуется преимущественно использованием визуального контента. Изображения, создаваемые на основе новых визуальных технологий, становятся базовым невербальным языком коммуникации, при помощи которого происходит репрезентация повседневного опыта в социальных медиа. Интерактивный характер контента Instagram обозначил важную методологическую проблему, связанную с поиском релевантного инструментария для изучения цифровых визуальных сообщений, потенциально бесконечных по размеру и характеру – поликодовых и мультимодальных. Разработанный Л. Мановичем количественный метод исследования «визуализации данных», направленный на изучение процессуальности взаимодействия интернет-пользователей с сообщениями в режиме реального времени, недостаточен, поскольку не позволяет выявить, какие смыслы жизненного мира транслируют и производят визуальные изображения пользователей. Поэтому для данного исследования были выбраны как количественные, так и качественные методы и методики, основанные на взаимодействии разных исследовательских стратегий: дискурс-анализ, контент-анализ,

социально-психологический метод свободных словесных ассоциаций, формализованный метод опроса.

«Живой», постоянно обновляющийся контент Instagram классифицирован по ключевым словам (хэштеги), которые заданы самими пользователями. Для того чтобы выявить основания для теггинга, по которым пользователи размещают свои изображения, связанные со словом «повседневность», на первом этапе автор диссертации использовал метод словесных ассоциаций, позволивший изучить социальные представления о повседневности у пользователей Instagram. Выборку исследования составили представители различных групп молодежи в возрасте от 18 до 27 лет. Это – молодые люди, которые постоянно проживают в городах-миллионниках (Екатеринбург и Санкт-Петербург), для которых характерна высокая вовлеченность аудитории в данную социальную сеть. В Екатеринбурге эта аудитория составляет 23,95% пользователей, в Санкт-Петербурге - 23,89% пользователей<sup>8</sup>. Всего 228 человек, из них 227 человек являются пользователями социальных сетей, 169 человека зарегистрированы и просматривают контент Instagram, из них 157 выкладывают фотографии в Instagram (20,9% – мужчин и 78,3% женщины, что соответствует целевой аудитории Instagram).

Область социальных представлений пользователей о повседневности оказалась ограничена «микрособытиями» («домашняя работа, хлопоты», «уборка», «мытьё посуды», «глажка», «рабочие дни», «приготовление пищи», «чистить зубы по утрам», «поход в универ», «поездки» и др.), которые собирают нетематизированную повседневность в типические репертуары хорошо знакомых регулярных действий и утверждают стабильность жизненного мира. Общий эмоциональный тонус представлений респондентов о российской повседневности нельзя назвать радостным, так как в зоне ядра социального представления оказались негативные ассоциации «серость» (46) и «скука» (46), тогда как частотность слов «любовь» (4), «счастье» (2), «веселье» (1) представлены минимальными показателями.

На следующем этапе исследования на основании частоты ключевых понятий, используемых респондентами, выделено облако тегов для слова «повседневность», которые позволили кодировать и группировать однотипные сообщения, а также получить необходимый для мониторинга пул фотографий. Наиболее частотными

---

<sup>8</sup> По данным компании SMMplanner // Чижов А. В российском Instagram 62% женщин, а Казань лидирует по плотности аудитории // <https://vc.ru/p/instagram-users-analysis>

оказались теги: #счастье (467,560), #семья (438,297), #работа (375,336), #друзья (270,101), #еда (269,575), #дом (244,730), #город (163,489), #веселье (85,732), #учеба (52,329), #мой день (22,601), #будни (21,650), #движение (9,062), #скука (6,297), #каждый день (6,502), #серость (1,737), #каждый день как праздник (1,644), #обычный день (967), #быт (903), #повседневность (561).

Анализируя данные, полученные в ходе исследования, диссертант пришел к выводу, что кардинально изменяется эмоциональная окраска хэштегов, вместо значения «серость буден», присущих социальным представлениям о повседневности, наблюдается доминирование таких позитивных состояний, как «счастье» и удовлетворенность своей жизнью. Тем самым возникает определенный «зазор», конфликт между социальными представлениями и репрезентацией повседневности при помощи хэштегов, в которых объект начинает замещаться так называемым означающим. Это противоречие можно отнести к более общей проблеме, а именно, к соотношению знака и реальности, и той границе, которая пролегает между ними. На этой границе возникает противоречие между тем, как пользователи позиционируют себя, и тем, как они воспринимают реальность своей повседневной жизни, где одно не соответствует другому.

На третьем этапе исследования целью был анализ визуальных репрезентаций повседневности, которые публикуют обычные пользователи в Instagram. На основании 13086 публикаций пользователей Instagram в период с декабря 2015 года по июнь 2016 года были выделены частотные единицы контента: портреты, селфи; семья, дети; еда; работа, учеба; любимые занятия, хобби; животные; путешествия; природа; город. Выделенные категории показывают, что репрезентации повседневности включают в себя сферу текущих, ежедневных практик и взаимодействий, неформальных, личных отношений на работе, дома, в вузе. Это типичные области повседневной жизни, однако, многочисленные повседневные «способы делания», которые в доцифровую эпоху являлись непроницаемым фоном социальной деятельности, теперь, благодаря их размещению в Сети, «вышли на поверхность» и стали сферой очевидного.

Согласно социальным представлениям о повседневности, жизненный мир представляется как сфера рутинных практик, повторяющихся каждый день, основными оценочными маркерами которой выступают «скука и серость». Иначе повседневность репрезентируется посредством визуальных изображений в социальной сети Instagram,

где транслируются «оцифрованные» формы повседневной жизни, связанные с достижением счастья, успеха, определенного статуса. Из зоны видения пользователей исключается травмирующий опыт старения и смерти как переходных этапов жизни человека. Выявленное противоречие между презентацией и репрезентацией повседневности характеризует общую тенденцию современной культуры – эстетизацию повседневной жизни. Такие базовые антропологические основания, как «жить красиво», «жить с удовольствием», «быть счастливым» становятся проявлением потребности в эстетическом как чувственном восприятии мира. Пространство частной жизни начинает заполняться разного рода имиджами, стилями, паттернами поведения. По сути, сам пользователь становится эстетизированной формой повседневного – товаром, предметом потребления, который должен соответствовать эстетическим стандартам.

Важной характеристикой произошедшего культурного сдвига, при котором медиа все больше и больше вовлекаются в повседневную жизнь, является «производство самости», создание «версии себя» для пользовательской аудитории. Так, если в традиционных медиа представление себя другим было уделом знаменитостей и политиков, то сейчас каждый желает быть вовлеченным в публичную сферу, а значит, конструирует свой образ и идентичность, заботясь о количестве подписчиков, выстраивая уровни и группы своих друзей. В нашем исследовании существенным для анализа репрезентации повседневности является то, что конструирование повседневности осуществляется через самопрезентацию или собственный жизненный мир пользователя. В пользовательском опыте закрепляются новые сценарии поведения, связанные со способностью не только фиксировать свой мир, но и активно искать и находить каналы для обратной связи с другими пользователями. По данным опроса, 89% респондентов рассматривают Instagram как практики отчета о своей жизни, которые важны для самопонимания и самоописания.

Устойчивость жанра селфи создает своеобразную коллективную субъективность, которая присуща Instagram, со своими визуальными кодами идентификации. Причем в случае селфи пользователь выступает как в роли конструирующего, так и в роли конструируемого, попадая в ситуацию «взгляда на себя со стороны», он постоянно корректирует свой социальный и культурный габитус, стремясь показать себя с лучшей или идеализированной стороны. Таким образом, для личной истории всякий раз задается норма «соединения с образцом», которая всегда является результатом каких-



либо взаимодействий пользователей. Именно эта норма конструирует визуальную репрезентацию повседневной жизни человека в социальных сетях.

В современной цифровой среде ситуация видения усложняется, так как функция наблюдателя передается медиуму, важным для анализа становится принципиально новая форма отчуждения, поскольку снимая себя, индивид уподобляется «объективному» не-себе, себе-Другому. Я отчуждает себя посредством камеры гаджета, ставшей глазом, который смотрит на меня как на Другого. В селфи Я-субъект превращается и в Я-средство, и в Я-кадр, и в Я-образ. Новая форма отчуждения, с одной стороны, позволяет выйти за собственные пределы, а с другой – ее следствием становится «соскальзывание с идентичности», попадание в плен общепринятых «фотографических» рамок, которые задают правила видения и восприятия своего жизненного мира. Кроме того, в селфи камера-глаз нарушает безопасную дистанцию по отношению к себе, выставляя интимно-телесное на всеобщее рассмотрение.

Instagram является плюральной площадкой, где представлены самые разные аккаунты пользователей. Среди них: фрики-андрогины, эпатирующие публику ярким макияжем и использованием женской одежды, «экспериментаторы», демонстрирующие «уродливые селфи» или визуализирующие свои сексуальные фантазмы, есть и те, кто нарочито высмеивает «пленительный ракурс» глянцевого формата.

В социальных сетях значительно расширилось число изображений, которые становятся предметом коллективного внимания. Именно визуальные изображения фиксируют разнообразие и множественность обыденного опыта, но вместе с тем им присуща нормативность, которая определяет формат и репертуар съемки, исходя из социально желаемых образов и социально одобряемых норм поведения. Пользователям предлагается сконструированный, то есть идеализированный образ реальности. В процессе визуальной репрезентации происходит дерутинизация обыденных предметов и событий, повседневность утрачивает свою утилитарность, локальную и бытовую обусловленность и приобретает универсальные смыслы, обеспечивающие стабильность существования человека.

В третьем параграфе **«Концептуализация повседневности в эпоху цифровой культуры»** подводится итог анализа, проведенного в диссертационном исследовании. Выделяются основные свойства расширенной или «удвоенной» повседневной реальности, выявляются ее новые качества в эпоху цифровой культуры. Включение в

мир человеческих отношений многочисленных медиумов и цифровых интерфейсов размывает границы между офлайн и онлайн средой. В этих условиях повседневное пространство жизни приобретает еще одно онлайн-измерение, куда переносятся и способы рутинных действий, и способы коммуникации с другими людьми. Новая среда жизни человека, расширенная интернет-технологиями, носит двойственный характер, с одной стороны, она структурирована и стратифицирована офлайновыми вариантами и типичкой социальных взаимодействий, а с другой – функционирует по своим собственным законам, обладая собственными социальными отношениями и сообществами. Онлайн-повседневность как особая и самоценная реальность с собственной онтологической логикой и феноменологией существует в режиме реального времени и имеет собственное пространство, со своими способами «передвижения» и своим горизонтом выбора. В интернет-реальности человек получает еще одну среду, где апробируются разные модели социальных действий и потребностей, которые воспринимаются пользователями как реальные проявления своей жизни. Поэтому можно говорить о специфике сетевой реальности, которая выражается в интернет-практиках, интернет-существовании, интернет-общении, интернет-самовыражении, оказывающих влияние и на мир «большой» повседневности. В этом контексте одна реальность может восполнять и дополнять другую. Так, повседневная онлайн-коммуникация, заданная интерактивным форматом социальных медиа, создает свободный обмен информацией «от пользователя к пользователю», приводит к развитию эгалитарной культуры совместного производства контента, но в то же самое время характеризует другую тенденцию офлайновой реальности – атомизацию и коммодификацию социальной жизни и отношений.

Транспарентность и пересечение двух сфер повседневности конституирует новые характеристики повседневности: неустойчивость паттернов, сценариев частной жизни, сетевой, «рандомный» тип коммуникации, сокращение дистанции частного/публичного, далеко/близкого, визуализация индивидуального опыта, самопрезентация и конструирование образа себя, и как следствие, множественность способов идентификации в онлайн-среде, требующие новой рефлексии и теоретического осмысления.

Поскольку современный повседневный мир является миром технически опосредованной коммуникации, то способами его сцепления выступают медиа, которые

как в офлайн, так и онлайн среде тиражируют визуальные образы. Визуальные изображения не только репрезентируют «множественность миров» повседневной жизни, они также придают оптическую согласованность этим разным мирам, экономят когнитивные усилия пользователей, задают типические режимы взаимодействия и правила ролевого функционирования. В отличие от анонимной типики «ожидаемого сходного опыта» (по Шюцу), социальные медиа создают свою типичку – самопоказа, вынуждая пользователя обратиться к внесетевым событиям частной жизни, сделать видимыми свои личные действия, отношения и переживания как для презентации Другому, так и на уровне сетевой политики с целью регистрации никнейма. Визуализация частного опыта приводит к «детерриториализация частного», размыванию привычных границ партикулярного пространства. Вместе с тем, рассчитанная на «взгляд и оценку другого», повседневная жизнь становится проектно-сконструированной, опосредованной интересами и видением Другого.

Таким образом, учитывая имеющийся опыт исследования повседневности в современном гуманитарном знании, автором был выделен ряд ограничений, существующий в определениях повседневности, который связан с новым социальным и культурным контекстом, в котором повседневная жизнь развивается. Во-первых, в современном обществе повседневность представляет собой текучую, непрерывную, трансформирующуюся реальность, и она не может регулироваться ранее сложившимися традиционными и стабильными образцами интерпретации и типизации. Во-вторых, смысловое пространство «жизненного мира» человека воспроизводится в качественно новых формах повседневных практик, быстро меняющихся под воздействием медиа и цифровых средств коммуникации. Коммуникативное пространство повседневности представляет собой все больше неразделенный опыт существования человека в цифровой и вне-цифровой среде. В-третьих, в современной культуре изменяются способы и средства представления многообразных миров, таким инструментом «схватывания реальности» выступают визуальные изображения, массово тиражируемые медиа.

В Заключении подведены итоги работы, сформулированы основные выводы по результатам исследования.

Список литературы содержит 363 наименования.

Основное содержание диссертации изложено в следующих работах:

**А) Монографии:**

1. Дроздова А.В. Визуальные образы повседневности в современной медиакультуре / А.В. Дроздова. – Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2017. – 278 с.

2. Дроздова А.В. Визуальность как формообразующий принцип культуры / М.М. Шитиков, Н.Н. Лукин, И.А. Кох, Е.А. Власова, Ю.И. Мирошников, Р.Т. Руколеева, А.В. Дроздова, А.В. Мельник // Проблемы философии культуры: научная монография / под ред. И.А. Коха и М.М. Шитикова. – Екатеринбург: Изд-во УГГУ, 2013. – Гл. 7. – С. 154-168.

3. Дроздова А.В. Социокультурные аспекты безопасности визуального воздействия рекламы на повседневные практики / Ф.И. Семьяшкин, И.С. Бусыгина, А.В. Дроздова, Н.В. Савина // Инновации и безопасность: взаимосвязь и взаимообусловленность: монография / Под ред. проф. Е.Б. Перельгиной. – М.: Парвик, 2013. – С. 145-210.

4. Дроздова А.В. Культурно-историческое прошлое как способ обновления современных рекламных практик / Л.А. Мясникова, С.Ю. Каменский, С.А. Рамзина, Е.А. Батюта, А.В. Дроздова, Е.А. Калужникова, Е.Ю. Погорельская, Е.А. Филатова, Н.Н. Шабалова, О.Ю. Минина, Н.Л. Девятова, А.В. Парийчук // В архив – за бизнес-планом, или Культурно-историческое наследие Екатеринбурга как ресурс обновления и развития туризма и гостеприимства: коллективная монография. / под общ. ред. проф., д-ра филос. наук Л.А. Мясниковой. – Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2011. – С. 324-333.

**Б) Публикации в изданиях, включенных в Перечень рекомендованных ВАК при Минобрнауки России:**

5. Дроздова А.В. Визуальные способы представления повседневности в новых медиа / А.В. Дроздова. // Вестник РГГУ. – 2017. – № 6 (27). – С. 114-124.

6. Дроздова А.В. Роль визуальных образов в конструировании повседневности / А.В. Дроздова // Человеческий капитал. – 2015. – № 9 (81). – С. 104-107.

7. Дроздова А.В. Теоретико-методологические подходы к изучению повседневности в современном культурологическом знании / Л.А. Мясникова, А.В.

Дроздова // Известия УрФУ. Серия 1. Проблемы образования, науки и культуры. – 2015. – № 3 (141). – С. 86-95.

8. Drozdova A.V. Transformation of Everydayness in the Modern Media Society / A.V. Drozdova // Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences. – 2015. – Vol. 8. – Is. 9. – P. 1834-1846.

9. Дроздова А.В. Специфика визуальных исследований в современном гуманитарном знании / А.В. Дроздова // Ярославский педагогический вестник. – 2015. – № 3. – С. 254-259.

10. Дроздова А.В. Визуальная репрезентация повседневности в современном медиаобществе / Л.А. Мясникова, А.В. Дроздова, Ю.В. Архипова // Теория и практика общественного развития. – 2014. – № 19. – С. 168-172.

11. Дроздова А.В. Визуальность как феномен современного медиаобщества / А.В. Дроздова // Дискуссия. – 2014. – № 10 (51). – С. 29-36.

12. Дроздова А.В. Визуальное воздействие интернет-рекламы на молодежную субкультуру / А.И. Донцов, А.В. Дроздова // Национальный психологический журнал. – 2013. – № 2 (10). – С. 25-31.

13. Дроздова А.В. Реклама как способ репрезентации повседневных практик / А.В. Дроздова // Ученые записки Российского государственного социального университета. – 2013. – Т. 2. – № 2 (114). – С. 67-70.

14. Дроздова А.В. Новая зрелищность современной рекламы: деконструкция повседневности / А.В. Дроздова // Человеческий капитал. – 2013. – № 4 (52). – С. 64-67.

15. Дроздова А.В. Трансформация повседневных практик человека: от текста к визуальному образу / А.В. Дроздова // Теория и практика общественного развития. – 2012. – № 10. – С. 183-187.

16. Дроздова А.В. Повседневность и реклама как взаимопорождающие феномены социальной реальности / А.В. Дроздова // Теория и практика общественного развития. – 2011. – № 8. – С. 111-114.

17. Дроздова А.В. Оценка эффективности рекламы: системный подход / А.В. Дроздова, Г.А. Шматов // Человеческий капитал. – 2011. – № 2. – С. 55-61.

18. Дроздова А.В. Воздействие рекламы на безопасность личности в современном информационном обществе: социально-психологический аспект / А.В. Дроздова // Вестник Московского университета. – 2011. – №4. – С. 58-65.

19. Дроздова А.В. Влияние рекламы на формирование практик повседневности / А.В. Дроздова // Человеческий капитал. – 2011. – № 8. – С. 23-25.

20. Дроздова А.В. Способы репрезентации культурно-исторического прошлого в современных рекламных практиках / А.В. Дроздова // Социальная политика и социология. – 2010. – № 10. – С. 285-294.

21. Дроздова А.В. Безопасность корпоративных отношений как фактор формирования позитивного имиджа / А.В. Дроздова, В.П. Беляев // Прикладная юридическая психология. – 2010. – № 3. – С. 133-136.

**В) Статьи, опубликованные в других научных изданиях:**

22. Дроздова А.В. О Международной конференции «Человек и мир: психология риска, инноваций, конфликта» / А.В. Дроздова // Вестник Гуманитарного университета. – 2015. – № 4 (11). – С. 163-167.

23. Дроздова А.В. Визуальные практики рекламы / А.В. Дроздова // Живая психология. – 2014. – № 1(1). – С. 5-9.

24. Drozdova A.V. Visual Culture and Personality Psychological Security / A.I. Dontsov, A.V. Drozdova, Y.V. Gritskov // Procedia – Social and Behavioral Sciences. – 2013. – Vol. 86. – P. 70-75.

Общий объём публикаций автора по теме диссертации составляет 34,42 п.л.