

УДК 316.77

ИДЕАЛИЗАЦИИ РОЛЕВОГО ПОВЕДЕНИЯ В ПРОСТРАНСТВЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ (НА ПРИМЕРЕ АНАЛИЗА ОБРАЗА ИДЕАЛЬНОЙ МАТЕРИ)

О.Ю. Верпатова

ФГБОУ ВО «Тверской государственный технический университет», г. Тверь

© Верпатова О.Ю., 2020

DOI: 10.46573/2409-1391-2020-4-54-59

Отмечено, что именно социальные сети воплощают в себе идею симулякров, изложенную в работах Ж. Бодрийяра. Анализируется проблема формирования образа «идеальной матери» с помощью такой социальной платформы, как Instagram. Методом контент-анализа выявляются и описываются различные аспекты репрезентации материнства популярными блогерами, анализируются возможные риски потребления данного контента пользователями.

Ключевые слова: симулякр, Интернет, социальные сети, блогеры, контент, материнство.

Сегодня пространство социальных сетей стремительно развивается, что привлекает к ним внимание исследователей самых разных направлений. Многие ученые акцентируют свое внимание на влиянии данных ресурсов на реальные социальные практики, усвоении определенных моделей ролевого поведения (особенно в молодежной среде). Специалисты говорят о том, что современные социальные сети как специфичное коммуникативное пространство позволяют говорить о них как новых медиа, отличающихся такими свойствами, как конвергентность, интерактивность и дигитализация [5, с. 223]. Для данных информационных площадок характерно самонаполнение (как правило, без дополнительных ограничений). Это делает социальные сети уникальным объектом для исследования, так как все их содержание производится самими пользователями. Особое место в социальных сетях занимает такой формат ведения площадки, как блог.

Феномен блога воплощает в себе следующие ключевые принципы: интерактивность взаимодействия блогера (автора контента) и его аудитории (пользователей); возможность предоставлять информацию по запросу и формировать данные запросы у потребителей; самостоятельное управление контентом блога; удобство потребления информации; возможность непосредственного общения, что создает дополнительную атмосферу близости и доверия со стороны аудитории; изменение формата дискуссии с «один на один» на формат «многие – многие» [3, с. 873]. Блогерство включает в себя такой важный атрибут, как репутация. И если в традиционных СМИ репутация источника информации (журнала, газеты, канала) формируется чаще всего независимо от личностных характеристик тех, кто в них работает, то в блогах многое обуславливается самим блогером, его индивидуальностью. Личность автора, его образ жизни, подача материала формируют его аудиторию. Содержание приводит к блогеру новую аудиторию, имеющую сформированный запрос на информацию определенного рода. Чем шире, активнее и лояльнее аудитория блогеров, тем выше их статус как инфлюенсеров, с которыми готовы сотрудничать компании в рамках рекламных

проектов, представители органов власти и т. д. Таким образом, коммерческий успех и результативность зависят от умения отдельной персоны создавать максимально востребованное наполнение своего блога. В результате данный контент часто далек от реального положения дел, носит символический или атрибутивный характер, визуализирует идеальную картинку, создавая образ, пользующийся спросом у аудитории.

Наполнение социальных сетей состоит, по сути, из симулякров. Ж. Бодрийяр весьма точно описывает принцип, которому часто следуют пользователи социальных сетей и блогеры: «Симулировать – это значит делать вид, что у вас есть то, чего вы не имеете» [2, с. 7]. Развивая данную мысль, он говорит о том, что постепенно симулирование как воплощение некоторой утопичности начинает подкрепляться различного рода образами и то, что изначально было оторвано от реальности, превращается в то, что никогда этой реальностью не станет, но претендует на этот статус, порождая бесконечную череду отсылок на самих себя [2, с. 11]. Как отмечают исследователи, постепенно (с развитием технологий и из-за компьютеризации) симулятивная реальность приобретает форму виртуальной, входит в устоявшиеся практики повседневной жизни [4, с. 32]. Однако зачастую пользователи не воспринимают выстроенную в социальной сети, блоге картинку как образ, не имеющий ничего общего с действительностью. Они придают ему точно такое же значение, как и повседневным практикам, с которыми они сталкиваются в своей обыденной жизни. В результате ракурс восприятия смещается с потребления яркого, интересного визуального образа как эстетического на принятие этого образа как идеала, которого можно достичь при определенных усилиях. Идеализация чужого образа жизни, принятие как эталона симулятора реальности могут содержать в себе определенные риски (как социальные, так и психологические).

Говоря о специфике блогосферы, следует отметить, что, поскольку этот феномен только недавно стал предметом живого научного интереса, единой типологии не существует. Тем не менее по содержанию доминирующего контента можно выделить несколько типов блогеров: book-блогеры (освещают книжные новинки, делятся обзором и анализом литературных произведений); beauty-блогеры (анализируют косметический рынок и все, что связано с макияжем и уходом за собой); стримеры и «обзорщики» (обзор и прохождение компьютерных игр, обзор кино, сериалов, телепередач и т. д.); travel-блогеры (рассказывают о путешествиях); кулинарные блогеры; блогеры, ведущие каналы о мотивации и продуктивности и др.

Один из видов блогов, очень быстро распространившийся, – блоги о материнстве. Успех их легко объясним: детородного возраста достигло поколение девушек, использующих Интернет как основной источник информации. Приверженность определенному способу потребления информации приводит к тому, что молодые мамы обращаются к ставшему привычным формату поиска своей новой идентичности. Они обращаются к интернет-сообществам как наиболее удобному, знакомому, а главное, вызывающему доверие источнику.

Необходимо подчеркнуть, что мнения современной молодежи обуславливаются мнением блогеров. К блогерам прислушиваются, их советам следуют. Потребители легко воспринимают нативную рекламу от блогеров и доверяют их сообщениям. Именно поэтому анализ контента важен: он дает возможность выявить и понять риски, связанные с потреблением информации и образов.

В марте 2020 г. было проведено методом контент-анализа прикладное социологическое исследование Instagram-аккаунтов русскоязычных блогеров-

матерей, выкладывающих сведения о материнстве и детях (это указано в профиле, что позволяет найти данные блоги по прямому запросу).

Instagram – социальная сеть, в которой большое внимание уделяется визуальному ряду, а именно фотографиям. Концепция данной сети – демонстрация практически в режиме реального времени своей жизни, возможность поделиться теми или иными событиями и т. д. Именно акцент на картинке превращает Instagram в удобную площадку создания и продвижения симуляции реальности (иллюзия выдается за реальность). В качестве единиц анализа были выбраны 5 имеющих более 600 тысяч подписчиков блогов, в которых активно и регулярно размещаются посты. Еще одним критерием отбора стало наличие рекомендации, данной блогеру, в социальных сетях. Из анализа были изъяты блоги, принадлежащие мамам, но не связанные с материнством как образом жизни, например блог фотографа-художника, где дети – эстетический элемент постановочного кадра (это обозначено как искусственно конструируемая реальность). Объем выборочной совокупности составил 300 постов.

При анализе контента данных блогов следует обратиться к концепции архетипов. Исследователи затронули развитие в современном обществе такого архетипа, как домохозяйка. Архетип «домохозяйка» связан с супружескими отношениями: женщина позиционируется как заботливая, преданная мужу и семье супруга, не имеющая амбиций, готовая позаботиться о муже, создать уют, воспитывать детей (здесь дети представляют собой не центр системы координат, а атрибут счастливого семейного статуса) [7, с. 269]. Этот архетип составляет основу формирования тех образов, которые преподносятся в анализируемых блогах.

Прежде всего следует отметить внешний образ, презентуемый в сети. Все блогеры – женщины в возрасте от 25 до 40 лет, имеющие ухоженный вид: стройную фигуру, длинные волосы и т. д. У всех больше четырех детей, возраст которых – до 1 года до 19 лет. Все женщины-блогеры являются замужними, демонстрируют в социальных сетях модель полной традиционной семьи. В своих блогах авторы транслируют образ «идеальной матери», который складывается из следующих компонентов: позитивного и доброжелательного отношения в семье; чистого, убранного пространства дома; высокой социальной активности матери и детей; красивого внешнего вида, стильной одежды; успешного, качественного выполнения обязанностей по дому.

На фотографиях и в тексте постов мать не транслирует негативных эмоций (так же, как и дети). Блогер позиционирует себя как человека, умеющего отслеживать и рационализировать свое поведение, контролирующего свои эмоции (и в этом плане служит примером своим детям). Она не проявляет спонтанных реакций, подчеркивает диалогичность общения с детьми и придерживается практики сотрудничества, а не запретов и санкций при взаимодействии «родитель – ребенок». Все переживания, присутствующие в постах, конструктивны, положительны, нацелены на взаимодействие и успех. В среднем 70 % фотографий – это изображение матери в окружении детей (редко встречается изображение матери с одним ребенком). Чаще всего нам показывают позитивные эмоции от взаимодействия родителей друг с другой, детей между собой. В постах (текстовых сопровождениях визуального ряда) отсутствуют упоминание ссор между детьми, описание проявления детьми негативных эмоций, капризов, которые бы не удалось разрешить через родительское педагогически корректное поведение, рассказ о конфликтах детей и социального окружения. Блогеры делают акцент на хорошем

поведении своих чад: они дружные, не спорят, ладят, готовы заботиться друг о друге, с радостью воспринимают новость о пополнении в семье. Эти декларируемые позиции подкреплены фото-доказательствами (красочными, полноцветными, дети всегда улыбаются). Фотографии отретушированы, сделаны или на фоне красивого (в том числе домашнего) интерьера, или на отдыхе в различных знаковых местах.

Взаимоотношения с мужем показаны как гармоничные, продуктивные, проникнутые заботой и поддержкой ухаживания в формате супружеской жизни. Это подтверждают портретные снимки (чаще всего они результат фотосессии, демонстрирующей близость партнеров). О традиционном разделении ролей говорит позиционирование блогера себя как «хранительницы очага», а мужа – как «главы семьи» (ему часто отводится центральное место на групповой фотографии); подчеркивается стремление создать для него комфортные условия.

Рассматривая другой аспект – идеализацию дома – можно отметить, что показываемый интерьер наполнен символикой достатка и традиционной семьи: большие пространства, светлые тона мебели без повреждений и загрязнений, натуральные материалы и поверхности, элементы экостиля, камин или плетеная мебель. Беспорядок отсутствует или же имитируется (на постановочных фотографиях). При этом никто из блогеров не говорит о наемном персонале, клининговых и других службах, поэтому аудитории кажется, что такой чистоты женщина (автор поста) добилась сама, заботясь о доме, красоте интерьера, и что она успевает следить за чистотой одежды детей и супруга.

На 30 % фотографий демонстрируются различные виды совместной социальной активности детей и родителей, например празднование значимых событий (дней рождений и пр.). Еще 20 % посвящено путешествиям всей семьей, (в том числе с грудными детьми). Все фотографии насыщенные, яркие, наполнены позитивными эмоциями. Часто именно такие посты содержат нативную рекламу различных развлекательных центров или услуг аниматоров. Образы демонстрируют, что даже в многодетной семье можно организовать активный отдых, отличный от просмотра телевизора. Часто в блогах авторы акцентируют внимание на разнообразных занятиях своих детей, подчеркивают их спортивные или творческие достижения (размещены фотографии с медалями, атрибутами увлечений).

Подчеркивается блогером идеальность внешнего вида. Имеющиеся в блоге изображения сопоставимы по качеству с фотографиями в гляцевых изданиях: всегда есть нанесенный элегантный и сложный макияж, интенсивность которого зависит от заявленного образа; показывается чистая и стильная одежда, подобранная не по принципу удобства для прогулок или уборки дома, а по принципу красоты (белоснежное платье при готовке еды, туфли на шпильках во время прогулки с детьми, светлые ткани во время поездок на природу и активного отдыха). Блогеры декларируют необходимость ухода за собой даже при огромной загруженности заботой о ребенке, используя классические фразы типа «главное – желание», «кто не хочет, всегда ищет оправдания», «ты должна себя любить», «дети – это не повод забросить себя». Интересно, что упоминание о помощи в заботе о ребенке (например, наличие няни, участие родителей в жизни внуков и молодой семьи) можно встретить лишь в 3 % постов.

Таким образом, можно сделать вывод о продуцировании некоего идеала, крайне привлекательного социально, эстетически совершенного образа, но труднодостижимого или в принципе недостижимого при обычных условиях. Многодетная мать, не сталкивающаяся с трудностями или легко их

преодолевающая, не знающая усталости, активная, ухоженная, содержащая дом в чистоте, – воплощение архетипа. Он воспринимается женщинами (аудиторией данного блогера) как реальность, происходит замена «быть» на «казаться». Пользователи потребляют симулякр успешного материнства, примеряя данную модель не себя. Здесь и следует обратить внимание на риски. Молодая мать, сталкиваясь с трудностями материнства, ищет поддержки, в том числе в социальных сетях. Видя перед собой идеальный образ матери, она, сознательно или нет, воспринимает его как образец для подражания и стремится реализовать на практике, но не может. Этот образ кажется реальностью, а не ее заменой или иллюзией, из-за чего у индивида возникают неудовлетворенность, стресс от своей несостоятельности, возникают сомнения в своих возможностях и способностях. Именно эти сомнения и формируют комплексы, приводят к ухудшению сложного психологического и эмоционального состояния молодых женщин. Можно говорить также о подмене реальности иллюзией, когда молодая мать, стремясь достичь демонстрируемого идеала (который транслирует ей референтная персона, вызывающая ее доверие и расположение), теряет эмоциональную связь с ребенком, превращает реальное материнство в его симуляцию в социальных сетях.

Сегодня интернет-пространство и социальные сети предоставляют большие возможности для пользователей, но в то же время они порождают и новые риски. Анализ этих рисков необходим для понимания специфики влияния на личность современных технологий, особенностей социализации под воздействием новых факторов, что, в свою очередь, создаст условия для минимизации возможных угроз.

Библиографический список

1. Ахмадеева Е.В. Виртуальное пространство как угрозе психологической безопасности семьи // Вестник Башкирского университета. 2014. Т. 19. № 1. С. 442–447.
2. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляции. М.: ПОСТУМ, 2015. 240 с.
3. Гарифуллин В.З., Закиров Л.Р. Роль блогосферы в развитии национального интернет-пространства // Ученые записки Казанского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2018. Т. 160. Кн. 4. С. 872–883
4. Демченко Л.М., Закирова Т.В. Проблема взаимосвязи технического и социального в становлении «симулятивной реальности» как способа человеческого бытия в философии Ж. Бодрийяра // Вестник Оренбургского государственного университета. 2011. № 7 (126). С. 32–40.
5. Рогалева О.С., Шкайдерова Т.В. Новые медиа: эволюция понятия (аналитический обзор) // Вестник Омского университета. 2015. № 1 (75). С. 222–226.
6. Шагдарова Б.Б., Вильмова К.К. Интернет-журналистика и новые медиа // Вестник Бурятского государственного университета: язык, литература, культура. 2018. № 4. С. 64–68.
7. Перевозкина Ю.М., Перевозкин С.Б., Дмитриева Н.В. Архетипы современной женщины // Мир науки, культуры, образования. 2014. № 1 (44). С. 267–270.
8. Лучинкина А.И. Специфика интернета как института социализации // Научный результат. Педагогика и психология образования. 2019. Т. 5. № 1. С. 59–69.

IDEALIZATION OF ROLE BEHAVIOR IN THE SPACE OF SOCIAL NETWORKS (ON THE EXAMPLE OF THE ANALYSIS OF THE IMAGE OF THE IDEAL MOTHER)

O.Yu. Verpatova

Tver State Technical University, Tver

It is noted that social networks embody the idea of simulacra, described in the works of Zh. Baudrillard. The problem of forming the image of the "ideal mother" using a social platform such as Instagram is analyzed. The content analysis method identifies and describes various aspects of the representation of motherhood by popular bloggers and analyzes the possible risks of consuming this content by users.

Keywords: *simulacrum, Internet, social networks, bloggers, content, motherhood.*

Об авторах:

Верпатова Оксана Юрьевна – кандидат философских наук, доцент кафедры социологии и социальных технологий ФГБОУ ВО «Тверской государственный технический университет», г. Тверь, Россия. E-mail: verpatova_tgtu@mail.ru

Author information:

Verpatova Oksana Yuryevna – PhD (Philosophy), Associate Professor of Department of Sociology and Social Technologies of Tver State Technical University, Tver, Russia. E-mail: verpatova_tgtu@mail.ru