

ВИЗУАЛЬНАЯ ПРЕЗЕНТАЦИЯ ЭТНИЧЕСКОГО ОБРАЗА ЧУВАШЕЙ В КИБЕРПРОСТРАНСТВЕ (НА ПРИМЕРЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ «ВКОНТАКТЕ» И «ОДНОКЛАССНИКИ»)

© 2023

Ягафова Е.А.

Самарский государственный социально-педагогический университет (г. Самара, Российская Федерация)

Аннотация. В статье рассмотрены репрезентационные практики и механизмы формирования визуальных образов этничности чувашей в киберпространстве. Целью настоящего исследования является определение форм и способов репрезентации этничности, механизмов и средств формирования визуального этнического образа чувашей в виртуальном пространстве на примере социальных сетей «Одноклассники» и «ВКонтакте». Исследование основано на изучении визуального контента (постов, комментариев к ним, дискуссий) в группах и на личных страницах, материалах массового опроса пользователей указанных социальных сетей. Результатом исследования стало насыщенное описание особенностей формирования и трансляции визуальных образов чувашской этничности: визуальных источников, способов визуализации, функции и востребованности визуального контента. Исследование показало, что визуализация этнического образа чувашей в киберпространстве происходит посредством символизации сюжетов этнической истории, элементов материальной и духовной культуры, путем использования в процессе формирования этнического образа сказочно-мифологических, литературных и реальных персонажей и страниц истории, популярных форм репрезентации народных традиций – костюма, национальной кухни, праздников и обрядов. Визуальный контент представлен фото- и видеоматериалами, фильмами, компьютерной графикой, анимацией. Визуализация этнического контента способствует стереотипизации черт этнического образа, выступает средством конструирования этнического образа, способом выражения принадлежности к этническому сообществу, трансляции знаний об истории традиционной культуры народа, внутриэтнической коммуникации, обмена информацией пользователей сетей и их интеграции в виртуальное пространство.

Ключевые слова: визуализация; визуальный контент; ВКонтакте; интернет; киберпространство; киберэтничность; Одноклассники; социальные сети; чуваш; этнический образ.

VISUAL PRESENTATION OF THE ETHNIC IMAGE OF THE CHUVASH IN CYBERSPACE (USING THE EXAMPLE OF SOCIAL NETWORKS «VKONTAKTE» AND «ODNOKLASSNIKI»)

© 2023

Iagafova E.A.

Samara State University of Social Sciences and Education (Samara, Russian Federation)

Abstract. The article examines representational practices and mechanisms for the formation of visual images of Chuvash ethnicity in cyberspace. The purpose of this study is to determine the forms and methods of representing ethnicity, mechanisms and means of forming a visual ethnic image of the Chuvash in virtual space using the example of the social networks *Odnoklassniki* and *Vkontakte*. The research is based on the study of visual content (posts, comments on them, discussions) in groups and on personal pages, materials from a mass survey of users of these social networks. The result of the study was a detailed description of the features of the formation and transmission of visual images of Chuvash ethnicity: visual sources, methods of visualization, functions and demand for visual content. The study showed that the visualization of the ethnic image of the Chuvash in cyberspace occurs through the symbolization of plots of ethnic history, elements of material and spiritual culture, through the use in the process of forming an ethnic image of fairy-tale, mythological, literary and real characters and pages of history, popular forms of representation of folk traditions – costume, national cuisine, holidays and rituals. Visual content is represented by photo and video materials, films, computer graphics, and animation. Visualization of ethnic content contributes to the stereotyping of the features of an ethnic image, acts as a means of constructing an ethnic image, a way of expressing belonging to an ethnic community, transmitting knowledge about the history of the traditional culture of the people, intra-ethnic communication, exchanging information between network users and their integration into the virtual space.

Keywords: visualization; visual content; *Vkontakte*; Internet; cyberspace; cyberethnicity; *Odnoklassniki*; social networks; Chuvash; ethnic image.

Постановка проблемы, методология, цели и задачи исследования

Формирование и трансляция этничности в современном информационном обществе происходит, в том числе, и в форме киберэтничности, и значительную роль в ее утверждении и передаче играют визуальные образы. Этничность формируется через наглядные образы, которые, как утверждает ряд исследователей, имеет символический характер [1; 2]. В частности, американский социолог М. Кастельс от-

мечает, что информационные коммуникации (медиа) создали новую социальную реальность – «реальную виртуальность», для которой, как и для медиа в целом, характерна символичность [3, с. 351]. На символичность медиапродуктов указывают также В.П. Коломиец [4, с. 62], Н.В. Кириллова [5, с. 58, 301, 412]. Символизация позволяет систематизировать представления об окружающем пространстве, убрав те образы, которые не укладываются в привычное мировосприятие. При этом знаки и символы могут быть

заключены в узнаваемые образы, которые легко «считываются» не только носителями данного этнического сообщества, но и представителями другого народа. В результате средства медиакультуры не только воссоздают социальную реальность, но и конструируют ее [2, с. 58]. Поэтому актуальным вопросом исследования киберэтничности является изучение форм трансляции этничности и инструментов конструирования идентичности: какие визуальные (в ряде случаев аудиовизуальные) репрезентационные практики и почему используются в киберпространстве, какие механизмы формирования визуальных образов этнической культуры задействованы в этом процессе.

Одним из принципов создания этнического образа является его связь с этническим контекстом, опора на культурную память, архетипичные представления, авто- и гетеростереотипы. Источником для его конструирования выступают разные средства: фольклор, литература, экранные искусства, живопись, фотография. По словам П.С. Ключевой, «средства медиарепрезентации конструируют культурную идентичность через визуальное воплощение социальных мифов о социуме ... в аспекте бинарной оппозиции "свой" – "чужой"» [2, с. 69]. Как отмечает Н.Ф. Хилько, «визуальный национальный язык», отражает «национальный характер, формы связи с природой, отношения в обществе, национальные традиции, особенности духа народа» [6, с. 51].

Контент этнического образа содержит такие характеристики, как внешний облик (антропологические черты, жесты, мимика), особенности быта (одежда, тип жилища, гастрономические привычки), образ жизни (семейный уклад, ритуалы, обычаи, праздники), нормы социального взаимодействия, образцы коммуникации с представителями иных культур [2, с. 82].

Особенностью визуальной презентации этнического образа является то, что он создается в том числе как «образ для себя», транслируя «тот набор черт этноса, который является актуальным прежде всего для носителя данной культуры... пространство медиа позволяет их укрепить, визуализировать, представить в более доступной форме» [2, с. 73]. Визуальные образы не только отражают реальность, но и, как отмечает А.В. Дроздова, становятся способом конструирования повседневной практики, социализации индивидов, их коммуникативного взаимодействия, вследствие чего восприятие реальности все более зависит от ее репрезентации с помощью визуальных образов [7, с. 30]. На значимость визуальных образов в конструировании этнокультурной идентичности указывает и Е.А. Пивнева [8]. Таким образом, формируемые в киберпространстве визуальные этнические образы мы можем рассматривать и как формы и способы репрезентации этничности, и как механизмы и средства формирования этничности как в виртуальном, так и в реальном пространстве.

Значимость визуальной информации в ходе репрезентации этничности отмечалась рядом авторов. К примеру, Н.А. Волокитина отмечает, что «сейчас репрезентация идентичности большей частью визуальная, поэтому упор делается на яркие визуально воспринимаемые элементы своей культуры» [9, с. 42]. Преимуществами визуального образа являются их наглядность, емкость, возможность комбинировать различные источники в рамках одного медиапродукта. В киберпространстве возможности репрезентации этнической культуры значительно расширяются [2,

с. 106]. Визуальные средства обладают высоким потенциалом быстрой передачи эмоциональных зарядов участникам сообщества благодаря системе узнаваемых символов [10, с. 108–109].

В настоящее время накоплен определенный опыт изучения этнических образов в интернете. Так, этнические образы русских и стратегии их репрезентации в веб-пространстве рассмотрены в диссертации А.А. Федоровой [10]. Автор обращает внимание на использование в качестве изображения в профиле русских групп социальных сетей государственной символики, религиозных и культурных образов, демонстрирующих достижения своего этноса; важной особенностью этих образов является их обязательная «включенность» в коллективную память этнической группы. На примере польской диаспоры визуальные образы рассмотрены Н.В. Лапшиной [11]. Автором выявлены в качестве таковых традиционный костюм (разные региональные его типы), государственные и религиозные символы, используемые для формирования этнического образа поляка. Визуальные материалы об участии сообществ в различных культурных мероприятиях демонстрируют, по мнению автора, активность представителей польской диаспоры в диалоге культур многонационального Сибирского региона и создании положительного образа польского народа в межкультурном социуме. Визуальные образы материальной культуры польских саамов рассмотрены О.А. Сулеймановой [12]. Проанализировав визуальный и текстовый материал, автор выделила типы визуальных источников (аватары, фотографии и т.д.) и выполняемые ими функции, такие как указание на этническую принадлежность, трансляция традиционных знаний, коммуникация и др. О.А. Сулейманова обратила внимание на «упрощенное» использование этнически маркированных вещей, что, по ее мнению, ведет к искажению этнического образа. Динамику визуальных образов материальной культуры автор видит в использовании традиционных элементов в создании новых форм самопрезентации этнической группы. Приведенный выше обзор отдельных работ по теме подводит к определенным методологическим основаниям к изучению визуальных образов этнической группы в виртуальном пространстве, которые будут использованы при анализе чувашского контента.

Целью настоящего исследования является определение форм и способов репрезентации этничности, механизмов и средств формирования визуального этнического образа чувашей в виртуальном пространстве (на примере социальных сетей «Одноклассники» (ОК) и «ВКонтакте» (ВК)).

Основной метод, использовавшийся в данном исследовании, – анализ т.н. «публичных цифровых следов» – визуальных постов, комментариев, дискуссий вокруг них и т.д., то есть анализ общедоступной информации, который, по словам А.А. Федоровой, позволяет исследователю «оставаться лишь среднестатистическим пользователем сети Интернет, чье присутствие не является фактором, "провоцирующим" изменение вектора поведения и диалога акторов» [10, с. 64]. Был изучен визуальный контент в 46 группах в ОК и 41 сообществе в ВК. Критерием отбора групп и сообществ стало число участников – более 1 тыс. чел. Анализ «цифровых следов» сопровождалось ручным наблюдением за визуальными текстами и действиями в отношении них отдельных участников этнических сообществ и других пользователей сетей

на их личных страницах. Кроме того, рассмотрен видеоконтент (фильмы, видеозаписи, телепередачи, интервью и т.д.), выявленный в обеих социальных сетях по запросам «#чуваш / -и». Визуальный материал и сопровождающие его тексты были подвергнуты контент-анализу. Востребованность пользователями визуального контента была определена по данным онлайн-опроса пользователей социальных сетей «Одноклассники» и «ВКонтакте», проведенного в 2023 г. с использованием Google Forms, в котором приняли участие 139 человек – чувашки, в т.ч. 48 пользователей сети «Одноклассники» и 91 пользователь сети «ВКонтакте» [13]. Результатом исследования стало насыщенное описание особенностей формирования и трансляции визуальных образов чувашской этничности: визуальных источников, способов визуализации, функции и востребованности визуального контента.

Анализ данных

Визуальные источники

Анализ материала позволяет выделить несколько типов визуальных источников, репрезентирующих этнический образ чувашей в виртуальном пространстве: аватары и личные фотографии пользователей, рисунки и иллюстрации на историческую и этнокультурную тематику, фотографии с изображением предметов быта, костюма, обрядов и праздников, общественных мероприятий и т.д., видеоматериалы – сюжеты и фильмы об обрядах, праздниках и буднях чувашей, массовых событиях, известных людях.

Аватар – это изображение, используемое при создании учетной записи пользователя сети, которое позволяет идентифицировать его. Этническая тематика характерна прежде всего для аватар чувашских сообществ и групп, нежели личных страниц, и декларирует, наряду с текстовой информацией, их направленность, приоритетную тематику. В качестве аватара чувашки используют традиционный орнамент, костюм и его детали, чаще всего женский и девичий головные уборы (*хушпу* и *тухъя* соответственно), государственную символику (изображения герба, флага Чувашской Республики). Личные фотографии в социальных сетях, стилизованных под аутентичную народную одежду, характерны для артистов – исполнителей народных и эстрадных песен, для активистов чувашского национального движения. Выбор этнически маркированного изображения в качестве личного аватара, вероятно, отражает особенности этнического самосознания пользователя – его выраженность и актуальность.

В группах и сообществах обеих социальных сетей созданы отдельные фотоальбомы, посвященные чувашской тематике. Например, только в группе «Чувашки» в ОК из 40 фотоальбомов 25 содержат этническую информацию, а в названиях многих из них содержатся слова «чуваш / -ка / -и»: «Чувашки – люди наши», «Я – чувашка» и т.д. (<https://ok.ru/nakhoditdr/albums>). Подавляющее большинство фотоальбомов региональных сообществ – это анонсы концертов чувашских артистов и других мероприятий в общине (вечеринок, праздников, общественных мероприятий) и фоторепортажи с них. Вместе с тем фотоматериалы содержат также изображения предметов материального быта, обрядов и праздников, общественных мероприятий с участием чувашей, исторических мест. Визуальными этническими маркерами выступают узнаваемый пользователями контент: чувашский ко-

стюм и его детали, орнамент, предметы декоративно-прикладного искусства (к примеру, тканые полихромные паласы башкирских чувашей), обложки книг на чувашском языке, места исторической памяти (Булгар). Отдельные тематические сайты ориентированы преимущественно на визуальный контент. Например, сайт ООО «Фирма художественных промыслов "Паха Тере"» в основном содержит фотографии образцов чувашской вышивки и готовых изделий.

Особая категория фотографий – портреты выдающихся чувашей: китаеведа Н.Я. Бичурина, космонавта А.Н. Николаева, поэтов К.В. Иванова и Г. Айги, просветителя И.Я. Яковлева, певца и композитора И. Николаева (его дед по отцу – чуваш), актера М. Ефремова (праправнука чувашского просветителя И.Я. Яковлева), ученых, руководителей крупных предприятий, религиозных деятелей, других известных чувашских художников, композиторов, писателей, поэтов, артистов, театральных деятелей, спортсменов, Героев Советского Союза и России – все они являются предметом гордости чувашских пользователей. В их числе и уроженцы Чувашии – В.И. Чапаев, актер С. Садацкий. В последнее время фотогалерея пополняется портретами воинов, погибших в ходе Специальной военной операции.

Фотографии сопровождаются комментариями к ним, в том числе т.н. «лайками», подтверждающими лояльность пользователей; чаще пользователи ограничиваются несколькими комментариями типа «Супер!», «Прекрасно». Наибольшее одобрение у них вызывают элементы чувашского костюма – пользователи восхищаются формами, цветовой гаммой, декором, некоторые готовы носить его сами. Предметы материального быта (например, ручная мельница) вызывают воспоминания о деревенском детстве и ностальгию по отчужденному дому. В целом, визуальные образы объединяют пользователей в процессе рефлексии по поводу увиденного, формируют конвенциональное пространство, способствуют виртуальной коммуникации.

Другую группу иллюстраций составляют рисунки исторических и мифологических образов и сюжетов, чувашского костюма и его деталей, иллюстрации к популярным произведениям чувашской литературы. Так, в социальных сетях представлены изображения сказочно-мифических персонажей Улыпа, Чуваш-Батора, сюжеты булгарской истории вместе художественными портретами легендарных предводителей Кубрата, Котрага и др., иллюстрации к поэме К.В. Иванова «Нарспи» (образы главных героев Нарспи и Сетнера), обложки популярных книг (М. Юхма «Древние чувашки») и др. Посредством указанных образов реконструируются и транслируются «героические страницы» истории народа, этнокультурные ценности, формирующие основы исторического самосознания народа.

Визуальное пространство чувашской этничности представлено в социальных сетях не только историко-культурной тематикой, но и бытовыми сюжетами. Например, в группах и на личных страницах встречается компьютерная графика – открытки с надписями на чувашском языке с различными пожеланиями: «Доброго осеннего утра!» (*Кёрхи ырă ирпе!*) и т.д., поздравлениями с религиозными (*Раштав* – Рождество, *Кашарни* – Крещение, *Пукрав* – Покров и др.), народными (*Кивё сёне сұл* – Старый новый год, *Саварни* – Масленица) и светскими календарными праздниками (День защитника Отечества, Междуна-

родный женский день, День России). Сюда же можно отнести комиксы с подписями на чувашском языке, материалы для изучения языка в виде открыток с изображениями предметов быта, животных, растений, частей тела человека и т.д. и их названий на чувашском. За редким исключением, сами изображения носят этнически нейтральный характер, но благодаря надписям на чувашском языке они активно «присваиваются» и распространяются (размещаются на страницах и пересылаются) пользователями сетей, становясь частью чувашского контента. Благодаря этим изображениям этнический контент проникает в повседневность пользователей сетей.

Видеоконтент представлен любительскими и профессиональными съемками обрядов, бытовых сцен. Пользователи сетей охотно размещают собственные съемки чувашских праздников и обрядов (*Уяв*, *Кёр сәри*, *Акатуй*, *Учук*, *Сурхури* и др.), публичных мероприятий – собраний, концертов. Гости из регионов России, посещающие столицу Чувашии г. Чебоксары, снимают и размещают в сетях свои видеосюжеты, содержащие виды наиболее популярных точек города: Красной площади, Памятника Матери, здания драмтеатра и др. Эти же места присутствуют и в видеоклипах чувашских эстрадных артистов. После объявления частичной мобилизации осенью 2022 г. в сети ОК стали часто появляться съемки проводов в армию с традиционным ритуалом обхода селения и исполнением рекрутской песни *салтак юрри*. В Чувашской Республике большой популярностью пользуются съемки т.н. «чувашских свадеб», включающих традиционные обрядовые действия – встреча свадебных поездов, выкуп невесты, исполнение свадебных песен; основные участники обряда, а иногда и жених с невестой, как правило, одеты в традиционные костюмы своей этнографической группы. Видеосюжеты размещаются на личных страницах участников свадьбы. Качественный видеоконтент создается и размещается в ВК блогерами – кроме свадебной тематики в блогах представлена национальная кухня, музыкальные инструменты, массовые народные праздники (например, сюжеты блогера К. Доброхотова о празднике «Уяв» в Хузангаево Алькеевского района РТ, об Акатуе в Москве, обряде Учук в Старом Суркино Альметьевского района РТ) (<https://vk.com/dobrohotov>).

Профессиональный видеоконтент представлен фильмами, в основном художественными фильмами на чувашском языке на современную тематику, содержащими минимальное количество визуальных элементов чувашской культуры; исключение составляют, пожалуй, только интерьер чувашского жилища и блюда национальной кухни. Вместе с тем пользователи воспринимают эти видеофильмы как этнически маркированный текст, о чем свидетельствуют комментарии, поэтому их можно отнести к визуальным символам этнической культуры чувашей. Более насыщены этнической тематикой документальные научные, научно-популярные фильмы о происхождении истории, обрядах, музыкальной, песенной и танцевальной культуре чувашей, этнографические фильмы, снятые в разные годы (в 1920–1930-х гг., в 1970-х гг., конце 1990-х – начале 2000-х гг.).

Особенно популярны среди пользователей сетей научно-популярные фильмы, которые активно тиражируются путем перепостов в группах и на личных страницах: например, «Чуваши. Загадочный народ», «История великого народа», «Тюрки России – чуваш-

ши», «Чуваши» из проекта ФАДН «Аудивизуальная энциклопедия культур России», фильмы о чувашах из цикла «Национальность.ru», фильмы о чувашских землячествах в российских регионах (например, в Пензенской, Самарской, Свердловской областях, Красноярском крае, Республике Крым и др.), видеозаписи этнографических экспедиций («Чуваши Самарской области»), телепередач региональных телекомпаний (например, ТК Мегаполис в Сургуте, ТК БСТ в Республике Башкортостан) и др. В большинстве они составляют научный или научно-популярный контент. Однако встречаются и видеоканалы, транслирующие псевдоисторическую и псевдоэтнокультурную информацию, – например, канал «Олег Самана (Интернет-вещание)» ОК. Существенную часть контента занимают видеоклипы популярных эстрадных артистов – в основном вокалистов, реже – артистов устного жанра. Всего по запросу «#чуваш» в сети «Одноклассники» обнаруживается 29 видеоканала, в том числе «Мы – чуваш» и 34 тыс. видеозаписей. В сети «ВКонтакте» по данному запросу фиксируется более 235 тыс. видеозаписей.

Визуализация образов

Н.А. Симбирцева характеризует визуальный текст как зримую структурно-функциональную модель, «в которой ценности и нормы определенной культуры носят кодовый характер и представлены в виде знаков, символов и образов, взаимосвязанных между собой различными контекстуальными связями» [1, с. 184]. Одним из популярных визуальных символов является чувашский орнамент, используемый в аватарах групп и сообществ, в рекламе чувашских публичных мероприятий и т.д. Наиболее часто используемые рисунки – мировое древо, восьмиконечная звезда, зоо- и антропоморфные геометрические фигуры. При этом использование символических образов связано с тематикой. Так, представляя историю и культуру народа, пользователи обращаются к сказочно-мифологическим сюжетам (Улып, Чуваши-Батыр), к элементам материальной культуры (чувашский костюм и его детали, блюда национальной кухни), религии (язычество), которые закреплены в сознании пользователей как маркеры чувашской этничности. Одним из наиболее распространенных визуальных маркеров этничности чувашей является традиционный женский или девичий костюм и его детали – головные уборы *хушту* и *тухъя*, украшения. Неслучайно анонсы мероприятий содержат изображения именно этих предметов. Встречаются изображения детей в чувашских костюмах с гордыми комментариями родственников: «Ман пукане» (Моя кукла) (<https://ok.ru/group/44415711838458/album/51652033970426/286253217530>). Другим стереотипным представлением о чувашской культуре является хмель – одна из основных сельскохозяйственных культур Чувашии.

Визуальные образы являются, безусловно, результатом стереотипизации этнической культуры, но и сами способствуют превращению этнического образа в стереотип, который, в свою очередь, влияет на формирование и укрепление групповой идентичности за счет ретрансляции упрощенных образов. Н.Ф. Хилько называет их «национальными архетипами» [6, с. 243]. Какие же стереотипные образы транслируют чувашские пользователи?

«Чувашская красавица». Образ чувашской красавицы, чаще девушки – «Чаваш пики», визуально пре-

зентуется через национальный костюм и его детали, внешнюю привлекательность героини кадра. Фотографии с красивыми девушками в чувашских стилизованных костюмах тысячами тиражируются в социальных сетях с характерными комментариями: «Красавицы! Гордость за чувашей!» (<https://ok.ru/group/44415711838458/album/51652033970426/870485053690>). Тема актуализируется в сетях в связи празднованием Международного женского дня. В отличие от девичьего образ чувашской женщины передается через такие смыслы, как забота о семье, уют, а визуально – через занятия рукоделием и его результаты, приготовление пищи и блюда национальной кухни. Идея внешней привлекательности при этом отходит на второй план. В представлении современных чувашских женщин подчеркиваются успехи в профессии, активность в освоении среды обитания. Например, визуальный контент фотоальбома в группе «Чуваши» (ОК) «Я – чувашка» представлен фотографиями чувашских женщин и девушек как в национальных костюмах, так и «цивильной» одежде, на фоне городского пейзажа, автомобилей, в кафе, на кухне, за столом в окружении семьи и родственников, во время активного отдыха. Фотографии сопровождаются комментариями: «Красивая Чувашка», «Молодец! Никогда не стесняйся своей нации», «Хитре чаваш пикине пысак салам!» (Красивой чувашской девушке большой привет). Таким образом, визуальный образ чувашской женщины в киберпространстве формируется не только в контексте традиционных элементов и представлений, но и современной жизни.

Герой. Образы чувашских героев воспроизводятся как в мифологических и исторических сюжетах (ранее уже упоминались персонажи Улып, Чуваш-Батор и др.), так и в портретных галереях реальных людей – космонавтов, известных ученых, артистов, художников, спортсменов, военачальников и т.д.; с февраля 2022 г. в их число включают чувашей-военнослужащих, участвующих в Специальной военной операции. С учетом востребованности и популярности среди пользователей эстрадных песен, фотографии их исполнителей и афиши концертов активно тиражируются в группах и на личных страницах. Новацией последних лет стали видеозаписи интервью с известными исследователями чувашской истории и культуры (например, с М. Юхма) и чувашскими блогерами (подкаст «Ан та кала!»: <https://vk.com/antakala>). В целом, в образах героев пользователи усматривают воплощение лучших качеств (ум, талант, мужество и т.д.) и наивысших достижений народа.

Родина. Этот образ связан с родным домом, селением. Образом «малой родины» выступает чувашская деревня. Фотоальбомы включают изображения односельчан, в том числе и фотографии рубежа XIX–XX вв. и первой трети XX в. с изображением традиционных костюмов, бытовых сцен, обрядов. В музыкальных клипах он формируется с помощью видеоряда: родная деревня и ее окрестности, отчий дом, семейные фотографии, семейные праздники, родственники. Образ родины тесно связан с реальными событиями микроистории: биографиями жителей, историей села, школы, колхоза и т.д., что подтверждается соответствующими тематическими фотоальбомами. Символом родины нередко выступают хмель, хлебный каравай, пробуждающие у пользователей воспоминания о родительском доме, домашнем очаге. Таким образом, в образе родины воплощены идеалы,

связанные с традиционным сельским образом жизни и микромиром сельской земледельческой общины.

Семья / род. Традиционно сильные родственные связи чувашей визуализируются через групповые фотографии семей и родственников, фотопортреты старших членов рода, генеалогические схемы, сцены семейных торжеств (свадеб, юбилеев), зафиксированные на фото- и видео. Образ семьи тесно связан с образом матери, с ее почитанием в чувашской семье, что объясняет существенный объем визуального материала (фотографии, видеоклипы песен), посвященного матерям. В целом, данный образ показывает значимость в современном чувашском обществе традиционных институтов семьи, родства и ценность родственных отношений в его структуре.

Народ. Идея общенародного единства ассоциируется с типичными образами исторической родины, ее территорий – Чувашией. Используются наиболее значимые этнические символы: изображения карты, флага Чувашии, ветки хмеля, Памятника Матери, надписи на чувашском языке наподобие «*Эпир пулнă, пур, пулатпăр!*» (Мы были, есть и будем!) и на русском «Мы из Чувашии». При создании визуального образа чувашского народа авторы контента обращаются к традиционным занятиям народа – земледелию и его продуктам: хлебу, колосющимся полям зерновых, хмелю, пиву. Обобщенный визуальный образ чувашей в стилизованных национальных костюмах на праздничных площадках городов и сел представлен в многочисленных фотографиях участников праздников, которыми пестрят как личные страницы пользователей, так и сообществ в социальных сетях. В целом, визуальный контент вполне определенно фиксирует чувашей как консолидированное сообщество, несмотря на его разбросанность по регионам страны.

Наследие / традиция. Данный образ передается через многочисленные иллюстрации предметов материального быта (утвари, костюма, блюд и т.д.), декоративно-прикладного искусства, обрядовых сцен (в т.ч. постановочных), видеозаписи песенного и музыкального фольклора, эстрадных песен, чувашских сказок, видеоэкскурсии по музеям чувашской культуры, мультфильмы по сюжетам чувашских сказок, видеозаписи массовых праздников, мастер-классов по приготовлению блюд национальной кухни (колбасы *шăрттан*, пирога *хуплу*, пива и др.) и фильмы об истории и культуре народа и др. В процессе визуальной презентации этническая культура, безусловно, подвергается авторской интерпретации, в ряде случаев противоречащей ее аутентичным формам и реальному контексту бытования, научно обоснованным фактам истории народа. Особенно заметны подобные «вольности» в представлении женского костюма, украшений, исторических сюжетов, обрядов, то есть в вопросах, требующих специальных знаний, которыми обладают далеко не все пользователи сетей. С научной точки зрения такие действия вызывают искажения этнического образа, однако большинство пользователей они не смущают, а нередко вызывают восхищение оригинальностью подхода, красотой представленных элементов, гордость за чувашский народ и его историю.

Основными способами актуализации информации пользователями является ее размещение на своей странице (пост) или в группе, обсуждение в форме критики, анализа, выражения восхищения / гордости, однако чаще пользователи только просматривают фотографии и видео. Как показали результаты опроса,

проведенного в социальных сетях ОК и ВК, около 2/3 пользователей интересуются фотографиями (63,6% в ОК, 69,3% в ВК), более 80% – видеоконтентом (по 81,8% в обеих сетях). К примеру, из 443 видеозаписей по запросу «#чуваша» в сети ВК 66 (примерно 12%) имеют более 1 тыс. просмотров, наибольший интерес вызывают научно-популярные фильмы: например, фильм о чувашах на канале «Национальность.ру» насчитывает 209 тыс. просмотров, а фильм о чувашах Курганской области из серии «Народы Зауралья» киностудии CompaсTV – 55,2 тыс. просмотров. При этом размещают визуальный контент в сети от четверти до трети опрошенных: фотографии – 22,7% в ВК и 36,4 в ОК, видео – 9,0 и 4,5% соответственно [13]. Востребованность визуального контента объясняется тем, что он является не просто одним из самых эффективных средств передачи информации, наиболее простым способом обновления информации личного плана, в том числе и этнического характера, для того чтобы подтверждать презентуемый образ [9, с. 40].

Заключение

Визуализация этнического образа чувашей в киберпространстве происходит посредством символизации сюжетов этнической истории, элементов материальной и духовной культуры, путем использования в процессе формирования этнического образа сказочно-мифологических, литературных и реальных персонажей и страниц истории, популярных форм репрезентации народных традиций – костюма, национальной кухни, праздников и обрядов. Визуальный контент представлен фото- и видеоматериалами, фильмами, компьютерной графикой, анимацией. Визуализация этнического контента способствует стереотипизации черт этнического образа путем отбора черт, актуальных для пользователей сети, для этнического сообщества в целом, которые воплощаются в стереотипных образах чувашской «красавицы» (женщины / девушки), народного героя, исторической Родины – Чувашии и малой родины, семьи и родственных связей, чувашского народа, элементов его культурного наследия, отражающие актуальные ценностные аспекты этнической культуры. Сформированные в виртуальном пространстве, они в качестве «образа для себя» возвращаются в реальный мир чувашской этничности, способствуя ее формированию, укреплению и развитию. Визуализация выступает не только средством конструирования этнического образа, но и способом выражения принадлежности к этническому сообществу, трансляции знаний об истории традици-

онной культуре народа, внутриэтнической коммуникации, обмена информации пользователей сетей и их интеграции в виртуальное пространство.

Список литературы:

1. Симбирцева Н.А. Визуальный текст как явление современной культуры // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2013. № 7, ч. 1 (33). С. 183–185.
2. Ключова П.С. Медиапрезентация образов этнической культуры как способ сохранения идентичности: дис. ... канд. культурологии: 24.00.01. Екатеринбург, 2020. 151 с.
3. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / пер. с англ. под науч. ред. О.И. Шкаратана. М.: ГУ ВШЭ, 2000. 608 с.
4. Коломиец В.П. Медиасреда и медиапотребление в современном российском обществе // Социологические исследования. 2010. № 1 (309). С. 58–66.
5. Кириллова Н.Б. Культура. Мифотворчество в медиа. М.: Академический Проект, 2006. 448 с.
6. Хилько Н.Ф. Роль аудиовизуальной культуры в творческом самоосуществлении личности: монография. Омск: Изд-во Сибир. ф-ла Рос. ин-та культурологии, 2001. 446 с.
7. Дроздова А.В. Визуальность как феномен современного медиаобщества // Дискуссия. 2014. № 10 (51). С. 29–36.
8. Пивнева Е.А. Фоторепрезентации этнической культуры обских угров // Вестник угроведения. 2018. Т. 8, № 4. С. 716–728.
9. Волокитина Н.А. Этническая культура и репрезентация этнической идентичности в интернет-пространстве // Культурология. 2019. № 3 (33). С. 39–45. DOI: 10.34130/2223-1277-2019-3-39-45.
10. Федорова А.А. Сетевые репрезентации этнических групп в виртуальном пространстве русской этничности: дис. ... канд. соц. наук: 22.00.06. СПб., 2019. 343 с.
11. Лапшина Н.В. НКО поляков Сибири в веб-пространстве: репрезентация культуры и этнической идентичности // Этнография. 2020. № 3 (9). С. 124–153. DOI: 10.31250/2618-8600-2020-3(9)-124-153.
12. Сулейманова О.А. Презентация культуры колыхских саамов в социальной сети «ВКонтакте»: динамика визуальных образов материальной культуры // Этнография. 2020. № 3 (9). С. 169–199. DOI: 10.31250/2618-8600-2020-3(9)-169-199.
13. Полевые материалы автора. Опрос пользователей социальных сетей «ВКонтакте» и «Одноклассники». 2023 г.

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 23-28-00018, <https://rscf.ru/project/23-28-00018>.

Информация об авторе(-ах):	Information about the author(-s):
Ягафова Екатерина Андреевна , доктор исторических наук, профессор, заведующий кафедрой философии, истории и теории мировой культуры и искусства; Самарский государственный социально-педагогический университет (г. Самара, Российская Федерация). E-mail: yagafova@yandex.ru.	Iagafova Ekaterina Andreevna , doctor of historical sciences, professor, head of Philosophy, History and Theory of World Culture and Arts Department; Samara State University of Social Sciences and Education (Samara, Russian Federation). E-mail: yagafova@yandex.ru.

Для цитирования:

Ягафова Е.А. Визуальная презентация этнического образа чувашей в киберпространстве (на примере социальных сетей «ВКонтакте» и «Одноклассники») // Самарский научный вестник. 2023. Т. 12, № 4. С. 175–180. DOI: 10.55355/snv2023124209.