

**УДК 101.1:316:303**

**Шавлохова А.А.,**  
кандидат философских наук,  
ведущий научный сотрудник кафедры философии, культурологии и социологии,  
Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого

**Методика исследования образов будущего среди пользователей  
социальных сетей**

*В статье проводится обоснование применения нового для социально-философских исследований комбинированного метода работы по анализу образов будущего среди пользователей социальных сетей (ВКонтакте и Instagram). Автор работы исходит из позиции, что все пользователи цифрового пространства участвуют во взаимной коммуникации, и в данном процессе они конструируют образные и контекстные формы представлений о личном будущем в настоящем.*

**Ключевые слова:** образ будущего; социальное конструирование; цифровая экзистенция; социальные сети; цифровая среда; коммуникация; ВКонтакте; Instagram.

*Работа выполнена при финансовой поддержке Российского научного фонда в рамках научного проекта № 22-28-00757.*

**Shavlokhova A.A.,**  
Candidate of Philosophy,  
Senior research scientist of Department of Philosophy, Culturology and Sociology,  
Yaroslav-the-Wise Novgorod State University

***Methodological Aspects for the Study of Images of the Future among Social  
Networks Users***

*The article is devoted to the grounding of implementation new comprehensive method for socio-philosophy studies, which could allow researchers to analyze the images of the future among the users of social networks (Vkontakte and Instagram). The author considers that all users are participate in mutual communication. Through this digital communicative model, all members construct their personal images of the future (in present) in different shapes, figures and context.*

**Keywords:** image of the future; social construction; digital existence; social networks; digital environment; communication; Vkontakte; Instagram.

*The reported study was funded by the Russian Science Foundation, project № 22-28-00757.*

Современная философская мысль в последние десятилетия активно претерпевает изменения и перенаправляет свой фокус в сторону цифровых сред. В ряде исследований поднимается вопрос о тех фундирующих элементах, которые заполняют многообразную социокультурную реальность, в связи с чем возникают радикально-новые изменения в сознании человека, обусловленные развитием коммуникационных сетей, цифровых технологий и виртуализацией ее (личности) повседневности. Цифровая среда современного человека обуславливает почти полное погружение личности в контекст социальных сетей.

Также одновременно с развитием социально-философской мысли в области «цифры» становится актуальной новая область исследований, ядром которой выступают аспекты влияния цифровизации на представления человека о его будущем как продолжение его цифровой экзистенции (digital existence). Именно цифровая среда как дискурс нового социального пространства наполнена множеством кодов, в том числе и теми, которые участвуют в конструировании образов будущего как форм «присутствия» будущего в настоящем. В обозначенных процессах коммуникативного (и образного) конструирования собственного будущего личность, по сути, являет свои представления о будущем мира через социальные сети (хэштегирование публикаций, футуристические картинки или создание «карт желаний») и делает их видимой для всех пользователей посредством предметно-вещной реальности. Множественность представлений о будущем, которые личность создает в своем Интернет-пространстве, может приводить к парадоксальной ситуации, при которой у человека будет иметься возможность показывать свое желаемое будущее окружающим с «более успешной» точки зрения, но в реальной жизни продвигаемый в социальных сетях образ невозможно будет осуществить (столкновение категорий «быть» и «казаться»). Но это уже предмет для дискуссии психологов и социологов, так как здесь необходимо проведение полевых рандомизированных исследований.

В этой работе предлагается комбинированная методика исследования образов будущего среди пользователей социальных сетей как часть методологии по анализу визуальных репрезентаций «расширенного Я». Данные инструменты анализа не являются новыми в условиях всеобъемлющей цифровизации, но зачастую, в рамках социально-философских проектов, упускаются из виду. Комплекс же задач, которые могут быть решены при применении рассматриваемых нами инструментов, задает границы исследования и создает его предмет по общеметодологическому принципу.

Сегодня в зарубежной литературе встречается достаточно много упоминаний о применении цифровых методов при проведении исследований в области антропологии [Hine, 2015; Dicks et al., 2005; Thelwall, 2009; Varis, 2014; Pink et al., 2015; Rogers, 2019; Costa, Condie, 2018]. Но при массовой цифровизации нашего пространства не все методы работы можно отнести к «цифровым». К примеру, в случае полевого исследования с использованием планшетов вместо опросных листов, такой способ не является чисто

«цифровым», а является просто более технологично-удобным (адаптированным) в плане сборки информации, но не меняет сути метода. В рамках российской научной мысли пока преобладают офлайн и онлайн исследования («полевые» интервью, анкетирование, опросы), дискурсивный анализ текстовой и визуальной информации, а в меньшей степени представлены включенное наблюдение в цифровой среде и методы визуализации данных [Соколовский, 2021: 210].

Проблематикой данной статьи является недостаточная методическая база для проведения социально-философских исследований в части качественного анализа репрезентаций символических представлений о понятии будущего в цифровой среде социальных сетей. Целью работы является выявление качественных инструментов поиска и анализа визуальных и контекстных конструкций представлений о будущем в социальных сетях (ВКонтакте и Instagram), что в последующем может стать комбинированным методом.

Представление о будущем входит в разряд фундаментальных потенциалов человека, в качестве ключевой диспозиции психологического и ментального здоровья личности и лежит в основе его жизнестойкости. Зачастую многие исследователи, подчеркивали тот факт, что персонализация личностного будущего (его «обрисовка», «канва») происходит именно в настоящем за счет того морального состояния, в котором человек находится в данный момент [Atance & O'Neill, 2001; Suddendorf & Corballis, 2007; Baird, Smallwood, & Schooler, 2011], и эти «образы будущего» на подсознательном уровне занимают примерно 1/3 нашего времени, проведенного в бодрствовании [D'Argembeau, Renaud, & van der Linden, 2011; Killingsworth & Gilbert, 2010]. Представления о собственном «потенциальном» будущем несут первостепенную важность даже для физиологического выживания в современной среде [Wilson & Gilbert, 2003], так как понятие о будущности несет такие базовые функции, как, например, преддверие позитивных или негативных последствий от тех или иных событий в их потенциальном состоянии. Эта форма «предчувствия влияния» некоторых ситуаций на будущую жизнь личности (политическая нестабильность, заболевания, негативные социальные условия и т.д.) находит свое выражение в социально-значимых кодах или образах, которые личность транслирует в цифровое пространство.

На данный момент большинство исследований стремится прийти к пониманию тех саморегулируемых процессов, которые лежат в основе репрезентации будущего в настоящем. По мнению ученых, это поможет людям достигать поставленных целей и поддерживать эмоциональное благополучие [Bechara & Damasio, 2005; Ryan & Deci, 2000]. Эмоциональная нагрузка, которой наполняются публикации в социальных сетях, может ассоциироваться с «предвидением» персонального будущего (планируемые ощущения пользователя от достигнутой цели в будущем и т.д.) и репрезентовать личные цели, надежды или страхи человека, что, в свою очередь, некоторыми авторами определяется как «возможные состояния себя» [Markus & Nurius, 1986; Markus

& Ruvolo, 1989]. В научной среде, таким образом, предпринимается попытка увязать эмоциональные составляющие цифровой среды с бихевиоризмом.

Но мы, в свою очередь, полагаем, что для изучения процессов конструирования будущего в цифровой среде наиболее подходящим будет комбинированный метод исследования коммуникативных и образных составляющих «расширенного Я» как набора различных форм существования личности в цифровом мире (в данном случае под «расширенным Я» предлагается понимать все формы цифрового «продолжения» личности в социальных сетях) посредством изучения наполняющих киберпространство кодов и их пользователей. В современных исследованиях, посвященных изучению желаемого будущего (futures studies), ключевым, по нашему мнению, является анализ перспектив построения сценариев возможного будущего, его дизайнирования как вариант предметного конструирования «Я» (Extended Self).

Как говорит С.В. Соколовский, «метод становится цифровым лишь тогда, когда «цифра» превращается в действительного посредника, т.е. влияет на сущностную сторону этой методологии и сказывается на анализе полученных результатов» [Соколовский, 2021: 201], и в данном случае мы согласны с уважаемым автором. Иными словами, применение указанного нами комбинированного метода как раз является качественным «цифровым» исследовательским подходом, так как именно цифровая коммуникация (при публикации человеком фотографии или поста о своем будущем, планах, намерениях, например) опосредована кодом и включает адресата и адресанта (хоть он и не определен, а описан кругом подписчиков в Вконтакте и Instagram), а также позволяет проанализировать «эмоциональную» нагрузку сообщений.

Подобная идея может быть поддержана автором множества работ по цифровой антропологии – Томом Боелсторфом [Boellstorff, 2012]. В своих этнографических исследованиях киберпространства он опирается на семиотику Ч.С. Пирса и лингвистические концепции «индексикальных» слов, чей смысл всегда определяется внелингвистическим контекстом, так называемая индексикальная теория взаимодействия реального и виртуального в социальных практиках.

В связи с вышеозначенной целью автором исследования предлагается использование комбинированного метода, включающего:

- анализ цифрового следа личности (его мнений, оценочных суждений, изучение материала записей со стены) в социальной сети «ВКонтакте» посредством применения алгоритмизации на Python3 для автоматического сбора данных (на основе API социальной сети). Данная методика является весьма новой для социально-философских исследований, так как, в основном, она применялась для составления социологических портретов пользователей сети (выявление кибербуллинга, террористических наклонностей пользователей и т.д.). С помощью этого инструмента можно сделать обобщенную комплексную выгрузку пользователей, которая будет включать имя пользователя (его

nickname), пол, возраст, город, образование и контент, содержащийся в записях на его стене (что, как раз, и является набором образных либо контекстных репрезентаций представлений о личном и коллективном будущем в настоящем). Далее для анализа большого набора данных следует применять либо краудсорсинг (краудсорсинг является эффективным методом получения и классификации информации, в том числе при выполнении довольно сложных научных задач), либо обрабатывать данные вручную (так как с помощью автоматизированных средств невозможно выявить сущностную, эмоциональную нагрузку образа, его «подтекст»).

- Семантический анализ приложения Instagram с помощью мониторинговых систем, которые позволяют выявлять публикации пользователей приложения с определенным набором хэштегов (хэштег как некоторый коммуникативный компонент, являющийся частью современных онлайн-сообщений). Для релевантности поиска публикаций в отношении личного будущего пользователей требуется детальная проработка набора хэштегов. Эти смысловые единицы позволяют не только выявить проблему в отношении будущего посредством семантического анализа (допустим, отсутствие проекций в отношении позитивного будущего России в цифровой сфере), но и сами по себе несут конструктивистскую составляющую, так как являются средствами Интернет-дискурса и могут быть тоже подвержены анализу. Данная методика является актуальной и относительно новой, так как ранее использовалась только в зарубежных исследованиях [Joshi, Chen and Wilcox, 2014; Andalibi, Ozturk and Forte, 2015]. В отечественной социальной-философской мысли зачастую просто производится попытка выявления природы хэштега, его лингвокультурных основ, нежели применение его в качестве средства для поиска информации о личности в цифровой сфере.

Планируется, что применение вышеозначенного комбинированного метода для исследования образов будущего среди пользователей социальных сетей позволит разработать практическую часть методологии по анализу дизайнирования репрезентаций «расширенного Я» (Extended Self) в коммуникативном и образном конструировании проекций личного будущего. Также планируется определить ценность и перспективность набора указанных инструментов для анализа новых форм идентичности человека, в которой партисипаторность является главной конструирующей силой будущего.

## **Список литературы**

Соколовский, 2021 – Соколовский С.В. Методология и принципы цифровой антропологии // Сибирские исторические исследования. 2021. № 1. С. 200-214. DOI 10.17223/2312461X/31/10.

Andalibi, Ozturk and Forte, 2015 – Andalibi N., Ozturk P., Forte A. Depression-related Imagery on Instagram. CSCW'15 Companion: Proceedings of the 18th ACM Conference Companion on Computer Supported Cooperative Work & Social Computing. February 2015. C. 231–234. DOI 10.1145/2685553.2699014.

Atance, O'Neill, 2001 – Atance C. M., O'Neill D. K. Episodic future thinking //Trends in cognitive sciences. 2001. T. 5. №. 12. C. 533-539.

Baird, Smallwood and Schooler, 2011 – Baird B., Smallwood J., Schooler J. W. Back to the future: Autobiographical planning and the functionality of mind-wandering //Consciousness and cognition. 2011. T. 20. №. 4. C. 1604-1611.

Bechara, Damasio, 2005 – Bechara A., Damasio A. R. The somatic marker hypothesis: A neural theory of economic decision //Games and economic behavior. 2005. T. 52. №. 2. C. 336-372.

Boellstorff, 2012 – Boellstorff T. Rethinking digital anthropology // Digital Anthropology / eds by H. Horst, D. Miller. London: Bloomsbury, 2012. C. 39 – 60.

Costa, Condie, 2018 – Costa C., Condie J. Doing Research in and on the Digital. Research Methods across Fields of Inquiry. L.: Routledge, 2018.

D'Argembeau, Renaud and Van der Linden, 201 – D'Argembeau A., Renaud O., Van der Linden M. Frequency, characteristics and functions of future-oriented thoughts in daily life //Applied Cognitive Psychology. 2011. T. 25. №. 1. C. 96-103.

Dicks et al., 2005 – Dicks B., Mason B., Coffey A., Atkinson P. Qualitative Research and Hypermedia. Ethnography for the Digital Age. L.: Sage, 2005.

Hine, 2015 – Hine C. Ethnography for the Internet: Embedded, Embodied and Everyday. L.: Bloomsbury, 2015.

Joshi, Chen and Wilcox, 2014 – Joshi, D., Chen, F. and Wilcox, L. 2014. Finding Selfies of Users in Microblogged Photos. In Proceedings of the First International Workshop on Social Media Retrieval and Analysis. (Gold Coast, Queensland, Australia). ACM, New York, NY, USA, 33-34.

Killingsworth & Gilbert, 2010 – Killingsworth M. A., Gilbert D. T. A wandering mind is an unhappy mind //Science. 2010. T. 330. №. 6006. C. 932-932.

Markus & Nurius, 1986 – Markus H., Nurius P. Possible selves //American psychologist. 1986. T. 41. №. 9. C. 954.

Markus & Ruvolo, 1989 – Markus H., Ruvolo A. Possible selves: Personalized representations of goals. 1989.

Pink et al., 2015 – Pink S., Horst H., Postill J., Hjorth L., Lewis T., Tacchi J. Digital Ethnography: Principles and Practice. L.: Sage, 2015.

Rogers, 2019 – Rogers R. Doing Digital Methods. N.Y.: Sage, 2019.

Ryan & Deci, 2000 – Ryan R. M., Deci E. L. Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being //American psychologist. 2000. T. 55. №. 1. C. 68.

Suddendorf & Corballis, 2007 – Suddendorf T., Corballis M. C. The evolution of foresight: What is mental time travel, and is it unique to humans? //Behavioral and brain sciences. 2007. T. 30. №. 3. C. 299-313.

Thelwall, 2009 – Thelwall M. Introduction to Webometrics: Quantitative Web Research for the Social Sciences. San Rafael, CA: Morgan and Claypool, 2009.

Varis, 2014 – Varis P. *Digital Ethnography*. Tilburg: Tilburg University, 2014 (Tilburg Papers in Culture Studies, vol. 104).

Wilson & Gilbert, 2003 – Wilson T. D., Gilbert D. T. *Affective forecasting*, 2003.

## References

Sokolovskiy, 2021 – Sokolovskiy S.V. Metodologiya i printsipy tsifrovoi antropologii // *Sibirskie istoricheskie issledovaniya*. 2021. № 1. P. 200-214. DOI 10.17223/2312461X/31/10.

Andalibi, Ozturk and Forte, 2015 – Andalibi N., Ozturk P., Forte A. Depression-related Imagery on Instagram. *CSCW'15 Companion: Proceedings of the 18th ACM Conference Companion on Computer Supported Cooperative Work & Social Computing*. February 2015. P. 231–234. DOI 10.1145/2685553.2699014.

Atance, O'Neill, 2001 – Atance C. M., O'Neill D. K. Episodic future thinking // *Trends in cognitive sciences*. 2001. V.5. №. 12. P. 533-539.

Baird, Smallwood and Schooler, 2011 – Baird B., Smallwood J., Schooler J. W. Back to the future: Autobiographical planning and the functionality of mind-wandering // *Consciousness and cognition*. 2011. V. 20. №. 4. P. 1604-1611.

Bechara, Damasio, 2005 – Bechara A., Damasio A. R. The somatic marker hypothesis: A neural theory of economic decision // *Games and economic behavior*. 2005. V. 52. №. 2. P. 336-372.

Boellstorff, 2012 – Boellstorff T. Rethinking digital anthropology // *Digital Anthropology* / eds by H. Horst, D. Miller. London: Bloomsbury, 2012. P. 39 – 60.

Costa, Condie, 2018 – Costa C., Condie J. *Doing Research in and on the Digital. Research Methods across Fields of Inquiry*. L.: Routledge, 2018.

D'Argembeau, Renaud and Van der Linden, 201 – D'Argembeau A., Renaud O., Van der Linden M. Frequency, characteristics and functions of future-oriented thoughts in daily life // *Applied Cognitive Psychology*. 2011. V. 25. №. 1. P. 96-103.

Dicks et al., 2005 – Dicks B., Mason B., Coffey A., Atkinson P. *Qualitative Research and Hypermedia. Ethnography for the Digital Age*. L.: Sage, 2005.

Hine, 2015 – Hine C. *Ethnography for the Internet: Embedded, Embodied and Everyday*. L.: Bloomsbury, 2015.

Joshi, Chen and Wilcox, 2014 – Joshi, D., Chen, F. and Wilcox, L. 2014. Finding Selfies of Users in Microblogged Photos. In *Proceedings of the First International Workshop on Social Media Retrieval and Analysis*. (Gold Coast, Queensland, Australia). ACM, New York, NY, USA, 33-34.

Killingsworth & Gilbert, 2010 – Killingsworth M. A., Gilbert D. T. A wandering mind is an unhappy mind // *Science*. 2010. V. 330. №. 6006. P. 932-932.

Markus & Nurius, 1986 – Markus H., Nurius P. Possible selves // *American psychologist*. 1986. V. 41. №. 9. P. 954.

Markus & Ruvolo, 1989 – Markus H., Ruvolo A. Possible selves: Personalized representations of goals, 1989.

Pink et al., 2015 – Pink S., Horst H., Postill J., Hjorth L., Lewis T., Tacchi J. *Digital Ethnography: Principles and Practice*. L.: Sage, 2015.

- Rogers, 2019 – Rogers R. Doing Digital Methods. N.Y.: Sage, 2019.
- Ryan & Deci, 2000 – Ryan R. M., Deci E. L. Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being //American psychologist. 2000. V. 55. №. 1. P. 68.
- Suddendorf & Corballis, 2007 – Suddendorf T., Corballis M. C. The evolution of foresight: What is mental time travel, and is it unique to humans? //Behavioral and brain sciences. 2007. V. 30. №. 3. P. 299-313.
- Thelwall, 2009 – Thelwall M. Introduction to Webometrics: Quantitative Web Research for the Social Sciences. San Rafael, CA: Morgan and Claypool, 2009.
- Varis, 2014 – Varis P. Digital Ethnography. Tilburg: Tilburg University, 2014 (Tilburg Papers in Culture Studies, vol. 104).
- Wilson & Gilbert, 2003 – Wilson T. D., Gilbert D. T. Affective forecasting, 2003.