

**Образ Шотландии в социальных сетях глазами русских эмигрантов**

**Научный руководитель – Акчурина Александра Романовна**

***Фигурнова Дарья Васильевна***

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра иностранных языков для факультета журналистики, Москва, Россия

*E-mail: figurnovadaria@yandex.ru*

Феномен социальных сетей в наши дни привлекает пристальное внимание исследователей. В научном контексте социальные медиа можно определить как «социальную структуру, которая состоит из узлов (отдельные люди, группы людей или сообщества), соединенных между собой одним или несколькими вариантами с помощью социальных связей»[1]. Именно эти связи отвечают за количественные и качественные свойства социальных объектов, которые и формируют социальную сеть в целом. Сегодня, в эпоху глобализации, социальные сети практически полностью перетянули реальную жизнь на себя. Люди, имеющие аккаунты, например, в Instagram, во многих случаях оторваны от реальности и проектируют свою жизнь, опираясь на «идеальный» пример многих успешных личностей. Таким образом, один социальный узел полностью перетягивает сегмент влияния на себя. В то же время, социальные сети идеализируют несовершенные условия, в которых находятся пользователи.

\*\*\*

За последние годы количество русских эмигрантов, переезжающих за пределы России, резко увеличилось. Соответственно, увеличилось и количество страниц в социальных сетях, которые повествуют о другой стране в целом, об образе жизни за рубежом и о советах туристам, которые хотят посетить данное направление. В социальных сетях пользователи погружаются в объективно-виртуальную реальность, особенно если мы говорим о тех людях, которые переехали в новую страну и вышли из зоны комфорта. Появляется ложная «идеальная» картинка другого государства, которая предоставляет неправдоподобную информацию пользователям в России.

\*\*\*

Целью данной работы является анализ образа Шотландии в социальных сетях путем общения с русскими эмигрантами и поиск отличий реальной жизни от созданного в сети образа на основе документального кино. Основной платформой для исследования является Instagram, в котором зарегистрировано более 700 миллионов пользователей со всего мира, и среди них сотни эмигрантов[2]. Именно с помощью этой социальной сети были найдены герои фильма и локации для съемок.

\*\*\*

Образ страны представляет собой важное понятие современности, но относится к слабо дифференцированному явлению современной науки. Рассмотрение образа страны необходимо проводить с применением философского, исторического, культурологического, глобалистского, географического, социолингвистического и медийного подходов. С помощью

медиапространства формируется образ страны в индивидуальном сознании граждан. Именно поэтому для достижения поставленной в исследовании цели был снят документальный фильм, посвященный жизни русских эмигрантов в Шотландии и их образу жизни, отраженному в социальных сетях. Съёмочный процесс занял 5 дней после прибытия в Шотландию. Для съёмок были выбраны маленькая деревня Баллахулиш в регионе Хайленд и столица Шотландии - Эдинбург. Первыми героями стала семья политических беженцев, которая покинула Россию несколько лет назад и нашла убежище в Шотландии. Вторыми героями стали две девушки, семьи которых переехали в Эдинбург более 10 лет назад. Они полностью поменяли образ жизни, ведут блог о стране и ее достопримечательностях. Именно эти люди стали центральными героями документального фильма. Чтобы подкрепить материалы исследования фактами, в ходе съёмочного процесса были организованы интервью с людьми разного уровня социального и культурного развития, и выявлены причины эмиграции, которые не имели отражения в социальных сетях, но выражались в политических, экономических и духовных взглядах на мир в целом. Каждому герою предлагалось ответить на ряд вопросов, ответы на которые доказали зрителям, что далеко не все проблемы эмигрантов глубоко освещаются в блогах.

\*\*\*

В рамках данного исследования социальная сеть рассматривается как некая структура, которая состоит из группы лиц, связанных общими интересами и увлечениями. В то же время деятельность данной структуры не отражает истинных взглядов, формируя ложные представления о действительности. Именно поэтому в ходе процесса записи документального фильма были сняты только реальные кадры из жизни: бытовые дела, отдых, разговоры с близкими людьми и путешествия по любимым местам. В результате проведенного исследования можно сделать вывод о том, что снятый документальный фильм показывает иную реальность, отличающуюся от представленной в Instagram-аккаунтах героев. Это документальное кино только подтверждает результаты опросов и статистику исследования студентов иностранных колледжей, что основными причинами использования социальных сетей являются: наблюдение за жизнью других, тренды, желание выделиться из толпы и креатив[3].

\*\*\*

Представляется, что именно комплексный нормативно-интерпретативный подход позволяет учесть тот факт, что социальные сети, в которые включены эмигранты, представляют собой ресурс адаптации, обладающий наличествующими приспособительными стратегиями, материальными и нематериальными ресурсами, которые могут быть потенциально использованы.

### Источники и литература

- 1) 1. Патюков С. В., Коврига Е. В. Социальная сеть: понятие, история возникновения, современное положение дел // Юный ученый. — 2017. — №2. — С. 75-77.
- 2) 2. Блог.ingate Instagram для бизнеса: 40 хаков и готовых решений [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://blog.ingate.ru/books/prodvizheniye-v-instagram-2019/> (дата обращения 23.02.2020)

- 3) Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563215303307?via%3Dihub> (дата обращения 27.02.2020)