

## СЕМАНТИЗАЦИЯ ЛОКАЛЬНЫХ ПРОСТРАНСТВ ТОМСКА: ВЗГЛЯД ЧЕРЕЗ INSTAGRAM

**П. А. Басина**

Новокузнецкий институт (филиал)  
Кемеровского государственного университета, Россия  
polya.aleskandrovna@yandex.ru

**А. А. Маляр**

Новокузнецкий институт (филиал)  
Кемеровского государственного университета, Россия  
luureed@mail.ru

Предмет данной статьи лежит на пересечении исследований урбанистики, визуальности и сетевой культуры – это способы семантизации некоторых локальных пространств Томска в фотографиях социальной сети Instagram. В работе представлены обзор и объяснение визуальных репрезентаций общественных мест Томска, которые пользователи делают «видимыми» в социальной сети. Кейсы-локации – Лагерный сад, Игуменский парк, Сибирский ботанический сад Томского государственного университета (ТГУ). В фокусе исследовательского внимания – организация пространства города и приёмы означивания территории, проявленные через практики создания и использования фотографического материала авторами-любителями. Фотографии, которые пользователи размещают в сетевых медиа, обладают рядом особенностей в сравнении с фото, находящимися в домашних и электронных альбомах людей, что обусловлено целью пользователей сети получить одобрение от своей интернет-аудитории в виде «лайков» и комментариев. Методологический базис исследования – семиотические концепции Ф. Китлера и Р. Барта; эмпирическое основание – анализ 150 публикаций пользователей Instagram. Репрезентация городского пространства в сетевых медиа рассматривалась через категории оптического восприятия «реальное – воображаемое – символическое»: способы освоения городского пространства обывателем, зафиксированные в социальной сети, создают образ места у аудитории. Результаты исследования представлены в работе в качестве аналитических обзоров об общественных местах. Фотографии Лагерного сада Томска, сосредоточенные на скульптурном мемориале Родины-матери, вручающей оружие Сыну, и на природном ландшафте, представляют образ Лагерного сада как места *памяти и свободы*. Пользователи структурируют в Instagram пространство сада, создавая посредством сетевых визуальных шаблонов образ «возвышенного» места, скрытого за материальностью повседневности вещей. Структурирование образа Игуменского парка в Instagram представлено фокусировкой внимания на взаимодействии посетителей с малыми архитектурными формами и/или обитателями территории. Это, в свою

очередь, формирует представление о парке как о «приватном месте» с возможностью перформативного использования пространства. Образ Сибирского ботанического сада ТГУ представлен в социальной сети как пространство *умиротворения и естественности* посредством акцентирования внимания на растениях и естественной цветовой гамме изображений; здесь то, что создано искусственно, «уходит» на второй план. Семиотика фотографий, где представлен Сибирский сад, иллюстрирует симптоматичные модные тенденции Instagram, к примеру, специфику создания «дизайна флоры» в профиле пользователя. Таким образом, посредством фотографий создаётся визуальный конструкт общественного места, который с помощью сетевых медиа становится унифицированным образом пространства. Значимой частью семиотики городского пространства, особенно для экстра-городских акторов, становится его репрезентация в цифровых интернет-сетях, в частности – в Instagram.

**Ключевые слова:** городское пространство, общественное пространство, сетевые медиа, Instagram, визуальная репрезентация.

---

## SEMANTIZATION OF TOMSK LOCAL SPACES: VIEW THROUGH INSTAGRAM

**Polina Basina**

Novokuznetsk Institute (Branch) of Kemerovo State University, Russia  
polya.aleskandrovna@yandex.ru

**Anna Malyar**

Novokuznetsk Institute (Branch) of Kemerovo State University, Russia  
luureed@mail.ru

The subject of the presented work is the intersection of urban studies, visual research and research of network culture. Researchers are interested in ways of semantizing some local spaces of Tomsk in Instagram photos. The review and explanation of visual representations of public places in Tomsk in the social network is present in this paper. Location – Camp Garden, Igumen Park, Siberian Botanical Garden of Tomsk State University (TSU). The focus of the study is aim at the organization of public space and methods of marking the territory in the Instagram. The social network is chosen because of the predominance of visual content. Photos placed in the social network are important in the presented study. Instagram pictures differ from photos in home and electronic albums of users. Users of the social network need to get approval from the Internet audience. The audience demonstrates approval in the form of “likes” and comments. The methodological basis of the study is the semiotic concepts of F. Kittler and R. Barth. The empirical basis of the study is an analysis of

150 publications of Instagram users. Publications were select by geotagging (geographical references) locations for the period from 2015 to 2018. Representation of urban space in networked environments was consider through categories of optical perception “real – imaginary – symbolic”. Ways of urban space development by the inhabitant, fixed in a social network, create an image of a place at an audience. The results of the study are present in the analytical reviews of public places. Photographs of Tomsk’s Camp Garden centered on the sculptural memorial of Motherland, giving weapons to the Son, and on the natural landscape, the image of the Camp Garden as a place of *memory and freedom* is present. In the Igumen Park users focus on the audience’s attention in online publications on the interaction of visitors with small architectural forms (a statue of a bear, a statue of a bird) and residents of the territory (pigeons, squirrels). The image of the Igumen Park is presented in the social network as “private space” with the possibility of performative space formation. In the Siberian Botanical Garden of TSU users focus the attention of the audience in online publications on the diversity of the vegetation of the garden and the natural color scheme of the image. The image of the Garden is present in the social network as a space of *appeasement and naturalness*. At the same time, the presentation of the Siberian Botanical Garden in a social network demonstrates the specifics of the location on one side, on the other hand, allows network users to “be in a trend” creating a “fashionable profile design”. The visual design of public space is present on photos in the social network. Network models of local representation form a single image of space. Significant, especially for extra-urban actors (residents of other cities, economic and political actors), part of the semiotics of urban space will be its representation in digital Internet networks, in particular – in Instagram.

**Keywords:** urban space, public space, network media, Instagram, visual representation.

DOI 10.23951/2312-7899-2019-2-193-201

Образ города, стихийный и в то же время конструируемый, стал в конце XX века одним из ключевых активов, способным (или – не способным) к конвертации в развитие городского пространства, локальной экономики и городской культуры. В российских условиях начала XXI века наличие этого актива зачастую решает вопрос выживания города, поэтому изучение образа города становится весьма актуальным.

Предмет настоящей статьи лежит на пересечении, с одной стороны, урбанистических исследований<sup>1</sup>, с другой – исследований

---

<sup>1</sup> В частности, микроурбанизма [Бредникова, Запорожец 2014].

визуальных объектов, с третьей – современной сетевой культуры. В центре нашего внимания находятся способы семантизации некоторых локальных пространств Томска в фотографиях сети Instagram; цель – обзор и объяснение визуальных репрезентаций общественных мест, которые пользователи делают «видимыми» в социальной сети. Кейсами-локациями стали Лагерный сад, Игуменский парк и Сибирский ботанический сад Томского государственного университета (ТГУ), поскольку они лидируют в интернет-рейтинге по количеству положительных отзывов посетителей<sup>2</sup>. Важно отметить, что исследователи не включены в городское сообщество Томска, следовательно, не обладают априорными знаниями о городе и не являются носителями городской культуры Томска. В фокусе исследовательского внимания – организация пространства города и приёмы означивания территории, проявленные через практики создания и использования фотографического материала авторами-любителями.

Методологическую базу настоящей работы составляют семиотические концепции Ф. Киттлера [Киттлер 2009; Киттлер 2010] и Р. Барта [Барт 1989; Барт 1997]; её эмпирическое основание – анализ 150 публикаций, которые были размещены пользователями Instagram в период с 2015 по 2018 годы и по геотегам (географическим ссылкам) включали фотографии перечисленных мест. Методологически при рассмотрении изображений исследовались следующие параметры: участники фотографии, место, время и условия её создания, план выражения, композиция и семиотическое наполнение фотографии, способы обработки изображений и иные их атрибуты, опубликованные комментарии авторов.

Главными акторами освоения города и наделения его мест и объектов смыслами являются горожане, в практиках и производимых дискурсах формирующие городское пространство как семиосферу, а город – как «динамическую систему культурных пространств, то есть как сложный визуально-семиотический конструкт» [Аванесов 2017, 43]. Значимой, особенно для экстра-городских акторов (жителей других городов, экономических и политических субъектов), частью семиотики городского пространства будет его репрезентация в цифровых интернет-сетях, в частности – в Instagram.

Сетевая публикация фотографии подразумевает более строгий отбор по сравнению с порядком формирования личных фотоархи-

<sup>2</sup> Информация представлена согласно данным раздела «Природа и парки Томска» портала TripAdvisor на июнь 2018 года. URL: [https://www.tripadvisor.ru/Attractions-g665310-Activities-Tomsk\\_Tomsk\\_Oblast\\_Siberian\\_District.html](https://www.tripadvisor.ru/Attractions-g665310-Activities-Tomsk_Tomsk_Oblast_Siberian_District.html).

вов, следование техническим канонам и тенденциям конструирования изображения (соблюдение жанра, например, свадебной или детской фотографии) и «улучшения» фотографии (обрезка фотографии, применение технико-оптических фильтров, корректировка интенсивности и тона цветового решения, контрастности или размытости объектов и прочего). Итоговая валидность фотоизображения формализуется в виде откликов – «лайков» и комментариев согласно «цензуре коллектива» [Радченко 2016, 26]. В итоге технологические возможности «Дискурсивной системы 2000» формируют любительскую городскую фотографию как элемент городского нарратива [Kittler 1997, 147].

Рассмотрим случай Лагерного сада. Изученные нами изображения формируют представление о саде с двух ракурсов: повседневное приватное пространство и праздничное публичное пространство. Такое подразделение обусловлено появлением на праздничных фото «украшений» места: воздушных шаров, салюта, праздничной одежды людей, вторичных семиотических систем вроде фотографий «Бессмертного полка» и нетипичных практик использования территории (коллективные шествия, езда на мотоциклах). Повседневное приватное пространство представлено в разных локациях сада. «Вид у реки», в частности, представляет собой ландшафтную композицию из парковых дорожек, газона, реки и неба. В этой композиционной обстановке фото создаются в различное время (как днём, так и вечером), что позволяет авторам фотографий за счёт разного светового наполнения снимка подчеркнуть *небесный вид* – закат и/или лучи солнца, «пробивающиеся» через облака. Технико-оптические фильтры акцентируют цветовую гамму неба и формы облаков; было отмечено использование фильтра, создающего эффект старой плёнки, с указанием даты на фото, отсылающей к 1998 году: фильтр искусственно *испортил* качество фотографии путём добавления эффекта рандомной красной вспышки и даты съёмки, что воспроизводит технические особенности фотографии, характерной для конца 1990-х годов.

В кейсе Лагерного сада присутствуют пейзажные фото как с участием человека (одного или нескольких), так и без него. Позирование, когда голова повернута от объектива, создаёт эффект «случайного фото» (такого фото, которое сделано «не специально» по специальной, впрочем, просьбе позирующего) и символизирует уединение человека в природе; поза «взгляд в камеру» фиксирует настоятельность присутствия человека в данном месте и его желание «быть запечатлённым здесь». В данной локации актеры делают

важным сам фон: так, в одном из изображений лица участников фото были плохо «читаемы»: скрыты участниками специально (отвёрнуты от объектива камеры) или посредством попадания световых лучей, затрудняющих распознавание лиц.

Следующая локация Лагерного сада – скульптурная композиция Родины-матери, вручающей оружие Сыну. В этой композиции человек мог как присутствовать, так и отсутствовать на снимке; фотографии были сделаны в разное время суток. На изображениях, где одновременно представлены человек и монумент, последний (несмотря на то, что он является фоновым) создаёт эффект «могущества», *назидательной фигуры таинства*. Возможно, на фотографиях, где участвует человек, создаётся код *преемственности времени*: прошлое соотносится с настоящим, при этом прошлое репрезентирует себя *могучей фигурой* за счёт масштабности мемориала в сравнении с фигурой человека и ракурса съёмки снизу вверх. Для фотографий, сделанных в вечернее время, типична следующая композиция кадра: тёмный фон, на переднем плане монумент, подсвеченный прожекторами. Таким образом создаётся «нимб» композиции как *сакрального места памяти*. На одном из снимков монумент показан на фоне заката, что символически соединят ценность опыта прошлого с *мирным небом* настоящего. В публикациях использовались фильтры, подчёркивающие цветовую гамму неба, на фоне которого изображен монумент.

Ещё одна локация Лагерного сада – парковая зона. Здесь акцент сделан на взаимодействии посетителей с обитателями парка: человек садится или наклоняется к обитателям, устанавливая с ними контакт, взгляд человека, как правило, направлен на животное. Иногда человек фрагментирован и усечён (рука, протянутая к животным). Посетители создают фото в парковой зоне рядом с деревьями, отдаляясь от других людей: такая практика является индивидуальной, другие посетители сада не попадают в объектив.

Праздничное пространство сада отличается цветовым наполнением: если в повседневное время представлены в основном пастельные естественные оттенки (голубые, зелёные, коричневые, жёлтые цвета), то в праздничное время – цветовое разнообразие и яркость цвета. Нами наблюдалось несколько случаев репрезентации праздничного городского пространства. Во-первых, праздник 9 мая, когда семиотическая организация сада наполняется *маркерами праздничности*: салют, цветы, воздушные шары, скопления людей. Пользователи стараются сделать фотографии индивидуально, обособленно от толпы, но в кадр всё-таки попадают другие посетители сада.

На некоторых таких фотографиях было отмечено акцентирование в изображениях салюта, в том числе – в виде искусственно состаренной фотокарточки. Во-вторых, период открытия мотосезона, когда на изображениях представлены скопления людей в окружении природных объектов: неба, деревьев, травы. Данная фотопрактика, вероятнее всего, символизирует код *свободы* человека.

В целом, при репрезентации Лагерного сада создаётся образ «возвышенного» места, апеллирующего к коммеморации, в котором визуально акцентируется «величие» скульптурной композиции, отражающей ценность опыта прошлого и *мирного неба* настоящего. Создавая публикации в социальной сети, пользователи посредством сетевых визуальных шаблонов формируют образ «возвышенного» места, усматривая его за материальной повседневностью вещей.

В кейсе Игуменского парка фото созданы преимущественно в дневное время. Они представляют парк как *место для людей*, акцентируя взаимодействие посетителей с малыми архитектурными формами (статуя медведя и статуя птицы-кедровки): люди обнимают их, трогают, садятся на объекты и рядом с ними. Участие людей на фото является как индивидуальным, так и коллективным, репрезентирующим дружеские и семейные связи, что выражается во взаимодействии между участниками фото, а также в комментариях авторов к публикациям. В целом, на снимках группы людей отделены от других посетителей места рамками своей компании. Фотографии включают *природные* элементы ландшафта (озеро, цветники), но фокусируются на изображённых людях, само место в публикациях становится фоном. В обработке фотографий зачастую используется фильтр высветления: изображение становится более светлым, приглушается «натуральность» цветовой палитры места, окружающего человека, или, наоборот, подчёркивается окружающий цветовой фон территории и фигура посетителя.

Образ Игуменского парка в Instagram – *приватное место* для отдыха и развлечений посетителей, их непосредственной чувственной включённости в пространство, выраженной возможностью прикасаться к арт-объектам, покормить обитателей-животных. Элементы праздности, наблюдаемые в других локациях, в этих фотографиях отсутствуют. Репрезентируя в публикациях своеобразие использования объектов, посетители задают перформативный характер парка.

В случае Сибирского ботанического сада Томского государственного университета конструируется образ пространства *умиротворения*:

естественная цветовая гамма (зелёные, белые цвета), растительность, небо. На передний план выходит флора, артефакты уходят на второй план. Авторами публикаций используются фильтры, придающие яркость зелёным оттенкам растительного мира. На изображениях запечатлены в дневное время приватные индивидуальные практики или практики, ограниченные рамками одной компании людей. Пользователи, отворачивая от камеры лицо или скрывая его, создавали эффект *вживания в окружающую среду*. Кроме того, посетители пытались «отметиться» рядом с растениями, избегая тактильного контакта с ними, а также использовали «субпространство» сада – беседку – для сосредоточения внимания на самих участниках фото.

В целом, в Instagram создаётся образ Сибирского сада как места сосуществования двух кодов – *мира флоры* и *мира человека*, при этом *мир флоры* является для посетителей преобладающим и уникальным. Семиотика фотографий сада представляет симптоматичные модные тенденции сети Instagram, к примеру, «дизайн флоры» в профиле пользователя.

Посредством распространения пользователями фото в сетевых медиа происходит репрезентация городского пространства категориями оптического восприятия, где *реальное* – материальная настоятельность места-пространства, *воображаемое* – его семантически целостные образы, *символическое* – коды и способы визуального означивания городских локаций. Таким образом, освоение обывателем городского пространства, зафиксированное как визуальные факты в социальной сети, формирует социальный конструкт общественного места, который посредством сетевых медиа становится унифицированным образом: образом «возвышенного» места памяти и свободы в случае Лагерного сада; перформативного и чувственно осваиваемого пространства, когда речь идёт об Игуменском парке; симбиоза природного и человеческого миров в примере с Сибирским ботаническим садом ТГУ.

## БИБЛИОГРАФИЯ

- Аванесов 2017 – Аванесов С. С. Томск: визуальное конструирование локальных городских пространств // ПРАЕНМА. Проблемы визуальной семиотики. 2017. № 1 (11). С. 41–47.
- Барт 1989 – Барт Р. Избранные работы. Семиотика. Поэтика / Пер. с фр. Москва, 1989.



- Барт 1997 – *Барт Р.* Camera lucida. Комментарий к фотографии / Пер. с фр. М. Рыклина. Москва, 1997.
- Киттлер 2010 – *Киттлер Ф.* Мир символического – мир машины / Пер. с нем. А. Маркова // Логос. 2010. № 1 (74). С. 5–21.
- Киттлер 2009 – *Киттлер Ф.* Оптические медиа: Берлинские лекции 1999 года / Пер. с нем. О. Никифорова, Б. Скуратова. Москва, 2009.
- Бредникова, Запорожец 2014 – Микроурбанизм. Город в деталях / Под ред. О. Бредниковой, О. Запорожец. Москва, 2014.
- Радченко 2016 – *Радченко Д. А.* Мегалополис в объективе: фотографии в социальных сетях как источник данных о пользовании территорией // Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований. 2016. № 5. С. 25–33.
- Kittler 1997 – *Kittler F.* Literature, Media, Information Systems. Amsterdam, 1997.

*Материал поступил в редакцию 01.07.2018*