Т.Л. Каминская
Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого, г. Великий Новгород

МЕДИАТИЗАЦИЯ ЛИЧНОСТИ: КОММУНИКАТИВНЫЙ АСПЕКТ
THE MEDIATIZATION OF PERSONALITY: COMMUNICATIVE ASPECT

Ключевые слова: интерпретация, личность, медиадискурс, медиатизация
Keywords: interpretation, personality, media discourse, mediatization

Понятие «медиатизация» используется в современной коммуникативной практике и научной деятельности для обозначения, с одной стороны, внедрения технических устройств медийной сферы в другие сферы жизни социума и, с другой, технологии трансляции информации определенной сферы для массовой аудитории.

Исходя из этого, процесс производства и распространения в медиасфере персональной информации как процесс проникновения личностной сферы в публичное пространство, с одной стороны, и внедрение технологий в сам процесс личностной коммуникации, с другой, можно назвать медиатизацией персональной сферы человека.

Медиатизация охватила разные аспекты жизни людей, что не могло не попасть в поле зрения ученых, рассматривающих сегодня проблемы данного процесса в культурологическом и социологических аспектах. Так, например, на проблемах медиатизации политики подробно останавливается О.В. Третьякова, предъявляя их в контексте российской медиапрактик (Третьякова, 2011).

Нередко медиатизация справедливо связывается с понятием медиадискурс, рассматривая под этим углом отдельные виды человеческой практики. Так, М.А. Силанова анализируя юридический дискурс «как продукт медиатизации правовой сферы социума», отмечает, что «конкретные коммуникативные ситуации и социально значимый контекст – все то, что образует правовую картину современности, может быть описано с применением дискурсивного подхода» (Силанова, 2014).

Медиатизацию памяти как «виртуализацию социального механизма запоминания / забвения, разнообразии форм репрезентации прошлого в пространстве повседневности, транслируемых в медиасреде» рассматривает Г.М. Агеева (2012: 69). И если медиатизация памяти и описанные исследователем практики создания мемуарных ресурсов в интернете отражают процесс конструирования коллективной идентичности, то намеренная медиатизация своей персональной сферы индивидуумом свидетельствует о стремлении достижения или поддержания его личностной и социальной идентичности. При этом даже процесс «ремедиатизации

воспоминаний» не будет обязательно связан с какими-то значимыми событиями: сегодня мы наблюдаем, например, как черно-белые семейные фотографии советского времени с бытовыми сценами получают много комментариев и положительных откликов ностальгического характера в социальных сетях от совершенно не знакомых автору ретрансляции людей. Наблюдения за контентом социальных сетей последнего пятилетия подтверждают мысль Г.М. Агеевой, что «автобиографические медиатексты имеют большой успех у массовой аудитории, поскольку отвечают реальным, достойным уважения и изучения потребностям публики, а именно информационным, компенсаторным, гедонистическим, рекреативным» (там же).

С широким распространением мобильных телефонов в поле зрения ученых попал феномен «принудительного подслушивания» личных разговоров, который обсуждался в профессиональных дискуссиях преимущественно с культурологической и этической сторон. Правила мобильного этикета как результаты этих дискуссий вошли в кодексы этики многих структур, однако на этом перенесение личностного пространства в публичную сферу не закончилось, а напротив, получило еще большие масштабы и приобрело всевозможные формы с бурным развитием социальных сетей. Определение А.А. Петренко-Лысак общественного пространства как «места, где сосредоточена общественная жизнь некой социальной группы» (2015: 34), правомерно отнести и к виртуальному миру. И применительно к нему можно уже вести разговор о медиатизации личностной сферы, когда адресатом ее предъявления становится массовая аудитория. На основе данных ФОМ и TNS с поправкой на недооценку в этих источниках доля интернет-пользователей среди взрослых россиян составляет 76%. При этом мобильные устройства используются для общения в интернете уже более чем в 50% случаях, из которых около 33% времени приходится на коммуникацию в личностной сфере (социальные сети и почта). Меняется поведение пользователей: при заходе с мобильного устройства они проводят в интернете гораздо меньше времени за одну сессию, активно используют в первую очередь навигационные и коммуникационные сервисы, предпочитают более простые интерфейсы.

Говоря о медиатизации личности, мы также рассматриваем этот процесс сквозь призму медиадискурса. Персональный дискурс в классификации Карасика подразделяется на бытийный и бытовой (реализующийся в диалоге). Бытийный, который интересен с точки зрения дискурсивного подхода, носит развернутый характер, это «попытка передать всю красоту внутреннего мира говорящего» (2002: 240).

Сегодня бытийный дискурс характеризуется:

1. новыми практиками и тактиками коммуникации (зачастую личностная коммуникация происходит в метро и в перерывах мероприятий),

вследствие чего она носит отрывочный, постоянно возобновляемый характер;

2. новыми технологиями, делающими непубличную жизнь каждого все более прозрачной и уязвимой для посторонних глаз, и это касается не только звезд; Разумеется, жизнь звезд и малейшие изменения в ней (даже только предполагаемые) попадают в публичное обсуждение в первую очередь. Например, сообщение и обсуждение беременности певицы Жасмин в сети основано на двух тезисах: *внимательные поклонники заметили, что тонкая талия певицы уже пополнела* и *В одном из интервью Жасмин признавалась, что муж мечтает и о мальчике* (https://deti.mail.ru/news/pevica-zhasmin-snova-stanet-mamoj/).

Интерпретация различных аспектов непубличной жизни есть часть процесса медиатизации персональной сферы. В текстах, возникающих в медиа, находят отражение мотивы поступков человека, его личностное взаимодействие с другими людьми, предъявления личности в непринужденной домашней обстановке (фотографии знаменитостей «без макияжа» заполонили многие популярные интернет-ресурсы).

В последнее время стали популярны всевозможные формы признания в любви через социальные сети; причем, признаются в любви друг другу люди, уже живущие вместе. Эти тексты, сопровождаемые музыкой или фотоколлажами, по форме адресованы конкретному лицу, по сути – всему миру. Иногда тексты сопровождаются слоганами, своего рода объяснениями мотивов публичности:

Если вы можете, отправляйтесь создавать воспоминания, прямо сейчас;

Берегите людей, готовых быть рядом в самые трудные моменты, тех, кто ничего не требует взамен, кто примет вас таким, какой вы есть и никогда не осудит.

Ресурс lenta.ru со ссылкой на The Daily Telegraph рассказывает о «совершенно свежем феномене» шерентинга — страсти к демонстрации своего ребенка в соцсетях (sharenting (от англ. to share — делиться и parenting — родительство) (http://lenta.ru/articles/2015/10/27/sharenting/). Журналисты предлагают читателям попробовать провести грань разумного между абсолютной честностью и приватностью в вопросах публичной демонстрации родительских будней.

Еще один новый популярный тренд в Инстаграме ― «Семейные селфи» («фэмфи»). Совсем недавно звезды поддержали организованный в этой сети флэшмоб такого рода, о чем рассказывали популярные новостные ресурсы (https://deti.mail.ru/news/flesh-mob-na-temu-semi-sobral-zvezd-v-instagrame/).

Личная жизнь превращается в своего рода медиа-шоу, с короткими репликами персонажей, включением сопутствующих сюжетов и итоговой репликой ведущего.

К таким же текстам можно отнести и поздравления в Фейсбуке, адресатом которых невольно оказывается не только виновник торжества, и на которые могут реагировать вовсе не причастные к событию свидетели.

Прозрачность личностной сферы рождает два принципиальных сценария коммуникации.

Первый ― ***Сценарий принципиальной правдивости***. Так предлагает трактовать представленность своей личной жизни в медиа главный редактор «Эха Москвы» Алексей Венедиктов в интервью: *Но в то же время я реально понимаю, что они могут все про меня узнать, просто прослушав мой телефон, проследив за мной. Так чего врать-то?! Врать очень опасно, особенно в эпоху интернета, поди потом вспомни, что где врал. Если говоришь честно, то тебе не надо вспоминать, что именно ты врал. Ты все время повторяешь одно и то же.*

Второй ― ***Сценарий приукрашивания жизни под давлением дискурса глянца и успеха.*** Этот дискурс нередко выступает как регулятор и транслятор семиосферы «повседневность», вплоть до трагических последствий: «раскрашивая» свои будни посредством социальных сетей, люди не в состоянии вернуться в реальность собственной жизни и смириться с ней. Все чаще в СМИ появляются сообщения о двойной жизни: *идеальные профили в соцсетях сводят с ума своих владельцев и их друзей* (https://tjournal.ru/p/double-lives).

Следует отметить еще одну тенденцию – активные пользователи сетей не только пользуются компьютерной лексикой в оффлайне, но и оценивают людей по их коммуникативному поведению в сети. Так, наши наблюдения за общением студенческой молодежи показывают, что осуждаются как коммуникативно закрытые и/или неадекватные те пользователи сети, которые никогда не делают *репосты* и не ставят *лайки*.

Таким образом, на всех уровнях, в том числе и на лингвистическом, видна амбивалентность медиатизации: она привносит как позитивные, так и негативные моменты в жизнь отдельного человека.

Литература

1. Агеева Г.М. Медиатизация памяти: мемуарные свидетельства в блогах и социальных сетях // Вестник Томского государственного университета. - №363, 2012. - С. 68 - 74.
2. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / Монография. Волгоград**:** Перемена, 2002. – 477 с**.**
3. Петренко-Лысак А.А. Личное в общих пространствах: мобильные коммуникации в публичных местах // Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований. - №2, 2015. - С. 32 - 40.
4. Силанова М.А. Медиатизация юридического дискурса // Медиаскоп. №4, 2014. URL: http://www.mediascope.ru/node/1643.
5. Третьякова О.В. Медиатизация правовой жизни общества: pro et contra // Вестник Северного (Арктического) Федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. - №1, 2011. - С. 67 - 72.

(0,4 п.л.)