

Соотношение публичного и частного в социальных медиа

Научный руководитель – Добринская Дарья Егоровна

Кислицына Софья Олеговна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра современной социологии, Москва, Россия

E-mail: sofia.kislitsina707@gmail.com

Массовая цифровизация и компьютеризация, начавшаяся в конце XX века, коренным образом изменила жизнь людей. В частности, произошла глобальная трансформация публичного и частного. Социальные медиа, появившиеся в последние десятилетия, трансформировали повседневные практики современного человека. Их развитие стало символом того, что каждый голос может быть услышан, а каждое мнение - высказано. Социальные медиа стали многосторонним каналом связи и общения людей, ресурсом сборки и распространения информации. Можно сказать, что каждый из нас стал более публичным, чем когда-либо прежде, и более терпимым к распространению информации о частной жизни.

Существует несколько точек зрения ученых насчет того, какой же именно сдвиг произошел в частном и публичном пространстве после их расширения на цифровую среду. Исследователи сходятся в одном - данные сферы перестают быть независимыми друг от друга, граница между ними стирается. Прежняя дихотомия публичного и частного теряет свое значение [5].

По мнению Н. Юргенсон и П. Дж. Рей, частное и публичное в цифровой среде сильно взаимосвязаны, при изменении одной из данных сфер вторая также будет с необходимостью меняться [10].

Вторая группа ученых (например, Сальникова Е.В. М. Кастельс, Д. Бойд, Г. Дженкинс), отмечает, что, находясь в частном, по мнению индивида, пространстве, он априори будет находиться и в публичном [2,4,7,8,9]. Все процессы, начиная от просмотра социальных сетей с целью досуга и заканчивая политическими выборами, теперь проходят онлайн, поэтому все люди, зарегистрированные в Сети, так или иначе становятся приверженцами культуры соучастия и делятся своими взглядами, мнениями и фотографиями с широкой публикой. Мы находимся онлайн практически всегда, но тем не менее делаем это из дома и других уединенных мест.

Третья группа социологов (например, Л. Манович, Э. Гидденс, З. Бауман) считают, что частное вторгается в публичное [1,3,6]. В Интернете темой для обсуждения зачастую становятся не общественные и значимые проблемы, а повседневные действия определенных людей. Частность еще никогда не имела таких форм, как сейчас. Люди делятся в социальных медиа абсолютно всем, даже той информацией, которая еще недавно была неприемлемой для обсуждения.

Важно отметить, что данные точки зрения не противоречат друг другу и являются параллельно идущими процессами. Так, мы публикуем информацию о себе, стараемся ее распространить, но не хотим, чтобы она попала на глаза абсолютно всем людям в цифровом пространстве. В этом состоит «парадокс частности» виртуального мира.

Источники и литература

- 1) Гидденс Э. Ускользящий мир: как глобализация меняет нашу жизнь. Пер. с англ. Runaway World. How Globalisation is Reshaping our Lives. Anthony Giddens. М.: Издательство «Весь Мир». 2004. – 120 с.
- 2) Кастельс М. Власть коммуникации/ М. Кастельс. Пер. с англ. Н. М. Тылевич, А.А. Архипова. Под науч. Ред. А.И. Черных. 2013. – 592 с.
- 3) Манович Л. Язык новых медиа/ Лев Манович - М . : АД Маргинем Пресс, 2018.
- 4) Сальникова Е.В. Феномен мобильных экранов. «Интимная» коммуникация // Языки художественной культуры. 2013;9: С. 120 [Электронный ресурс]. - URL: http://sias.ru/upload/iblock/c58/hk_2013_09_116_135_salnikova.pdf.
- 5) Труфанова Е.О. Приватное и публичное в цифровом пространстве: размывание границ // Cyberpsy [Электронный ресурс]. - URL: <https://cyberpsy.ru/articles/cifrovoe-prostranstvo-privatnoe-publichnoe/>.
- 6) Bauman Z. Living in Utopia. In: Held D, Moore HL, Young K. (eds.) Cultural Politics in a Global Age. Oxford: Oxford University Press; 2007. – 18 p.
- 7) Boyd D. Making Sense of Privacy and Publicity / Dana Boyd [Электронный ресурс]. - URL: <http://www.danah.org/papers/talks/201/>.
- 8) Boyd, D. Networked privacy. Surveillance and Society, vol. 10. № 3/4 [Электронный ресурс].
- 9) Jenkins H., Ito M., Boyd D. Participatory culture in a Networked Era: a conversation on Youth, learning, Commerce, and Politics. Cambridge, UK: Polity. 2015. – 214 p.
- 10) Jurgenson N., Rey P. J. The fan dance: how privacy thrives in the age of hyper publicity. Unlike Us Reader. Social media monopolies and their alternatives, ed. by G. Lovink and M. Rasch. Amsterdam, Institute of Network Cultures. 2013. - 384 p.