

Елена Зарина, Валентин Степанов,
г. Ярославль

Функции инридиопатии как медиастратегии публичной коммуникации

Внимание авторов занимает явление, которое отражает состояние медиакультуры, определяет сознание её носителей и во многом служит отличительным признаком современной интерактивной коммуникации в блогах, на форумах, в комментариях и социальных сетях. Авторы предлагают термин для обозначения данного явления – инридиопатия. «Высмеивание» служит отличительным признаком современной интерактивной коммуникации.

Ключевые слова: инридиопатия; медиакультура; медиастратегия

Наше внимание в данной статье занимает современное, но не новое явление, которое, как нам представляется, отражает состояние медиакультуры и определяет сознание её носителей, – мы имеем в виду *высмеивание*, которое во многом диктует «фирменный стиль» и служит отличительным признаком современной интерактивной коммуникации в блогах, на форумах, в комментариях и социальных сетях. Более того, мы являемся свидетелями того, как популярность и «спрос на насмешки» рождает и соответствующее предложение.

За материалом для исследования мы обратились к специализированным сайтам, сообществам в социальных сетях и так называемым модульным текстам. В то же время мы уверены, что таких ресурсов гораздо больше на просторах мировой сети.

Часто преувеличенную, и даже гипертрофированную, склонность и одержимость высмеивать публично всё и вся, вне зависимости от тематики общения, коммуникативного пространства, эстетической обусловленности и ситуативной уместности общения, мы назвали *инридиопатией* (от лат. *inrideo* «высмеивать» и греч. *πάθος*, *pathos*, «страсть, состояние, свойство»).

Инридиопатия – это медиастратегия, суть которой заключается в публичном высмеивании с использованием средств массовой коммуникации (медиа), преимущественно интернета. Она формируется на пересечении

смысловых полей других социокультурных стратегий и получает энергию в их постоянной интерференции. Активные процессы в современном медианпространстве ознаменовали новый этап развития данных стратегий и их модусов: интеллектуализм, провоцирование, комическое, игра, интернет-мем.

Принципы инридиопатии

Контрарность. На когнитивном уровне, отражающем результаты схематизации и моделирования человеком личного и социального опыта, важнейшим принципом инридиопатии является то, что мы назвали контрарностью, контрагентами которой в данном случае выступают условно идеальное и актуальное состояния. Условно идеальное соотносится с тем, что отражает привычное для человека или то, что ему кажется обычным и привычным в силу определённых личных привычек и социальных установок. Условно актуальное имеет скорее внешний ракурс восприятия, взгляд со стороны. Такое противопоставление чаще всего возникает ситуативно и является мощным когнитивным стимулом к опознанию складывающейся коммуникативной ситуации.

Таким образом, когнитивная структура инридиопатии включает в себя вербальный или иконический текст (зачастую то и другое – их поликодовую инкорпорацию) как объект высмеивания (инридиопатический объект); собственно «пересмешника» (инридиопатического субъекта); реципиента, который попадает в коммуникативное поле насмешки благодаря всепроникающему виртуальному пространству и может не являться прямым адресатом насмешки (инридиопатический адресат).

Агнонимичность. Объяснением природы данного принципа, на наш взгляд, является референциальное несовпадение актуальной коммуникативной ситуации с её когнитивной репрезентацией или её номинацией, поскольку эти сущности относятся к разным областям знания: а) коммуникативная ситуация возникает вне контроля человека, является внешним раздражителем, тем, что до поры не известно – агнонимично (от

др.-греч. ἄ «не», γνῶσις «знание» и ὄνομα, ὄνυμα «имя»), своеобразным «безымянным» раздражителем; б) представление о коммуникативной ситуации опирается на весь багаж личного опыта общения и накопленных фоновых знаний человека, того, что опознано, осмысленно и получило наименование. Агнонимичность инридиопатии в условиях новых медиа обусловлена «незнакомостью» когнитивного опыта часто анонимных коммуникативных субъектов-контрагентов. Таким образом, перед адресатом поставлена коммуникативная задача догадаться о смысле меседжа.

Психологический конфликт. Актуальные эмоциональные состояния автора, иницирующего инридиопатический текст, и его реципиентов, как правило, не совпадают. Первое «знакомство» с «чужим» текстом в контексте инридиопатического общения может вызывать у читателя экзистенциальное удивление, которое рождается при сопоставлении фоновых знаний, актуальной коммуникативной ситуации и «нового» смысла. Реципиент словно присматривается к предлагаемым «маскам», пробуя на свой личный опыт и сопоставляя демонстрируемое в инридиопатическом тексте эмоциональное состояние.

Аксиологичность. Несовпадение оценочных контекстов, подразумеваемого и выражаемого смыслов, базируется, на наш взгляд, в ценностной сфере – аксиологии. Контраст подразумеваемого и выражаемого в инридиопатии становится саркастическим и содержит нередко едкую и злую оценку негативных, с точки зрения адресанта, явлений общественной и личной жизни. В условиях модульных текстов инридиопатическая коммуникация «сшита» по бихевиористским лекалам.

Сферу бытования инридиопатии определяют несколько пар координат.

Норма vs реальность (референциальность)

Соответствие или несоответствие инридиопатического смысла медиатекста коммуникативным ожиданиям, социальным установкам и стереотипам реципиента, что требует от последнего определённого уровня рефлексивности поведения и рационализации воспринимаемого.

Содержание vs форма (амбивалентность)

Инридиопатия использует языковую игру, контрастное соположение в пространстве одного (модульного) текста видимого (изображаемого) и скрытого (подразумеваемого). Такое инридиопатическое отношение имеет многоуровневую смысловую структуру: прямой, буквальный, и скрытый, инридиопатический, смыслы.

Прямая vs непрямая коммуникация (индирективность)

Прямой, буквальный, смысл является лишь верхней частью айсберга, суть инридиопатии скрыта в невыраженном или выраженном неявно. Именно индирективность инридиопатической коммуникации определяет богатство соответствующих интерпретаций.

Институциональное vs интенциональное

Специализированные сайты и сетевые сообщества, разнообразные модульные тексты свидетельствуют о высокой степени институционализации инридиопатии, а её культурная, лингвистическая и жанровая интерпретации (в том числе предлагаемая авторами данной статьи) позволяют реконструировать интенциональную сторону инридиопатии.

С уверенностью можно сказать, что инридиопатия опирается на экзистенциальную необходимость преодолеть коммуникативный барьер (слишком большой поток информации, потеря собственной коммуникативной идентичности в массовой коммуникации и публичной сфере), и можно предположить, что при устранении данного препятствия индивид получает экзистенциальное же удовольствие.

Экзистенциальный стресс от невозможности проявления и утверждения себя в медиапространстве относится к психологическим издержкам, которые индивид стремится компенсировать пересмешничеством и превращением важного и непонятного в неважное и понятное.

Таким образом, функциями инридиопатии являются следующие.

- *Идентификация* участников интридиопатического общения, добровольное принятие ими коммуникативных ролей контрагентов такого общения (интридиопатов), обмен и порождение интридиопатических смыслов.
- *Компенсация* психологических издержек и *преодоление* нежелательного психологического состояния участников общения.
- *Гедонизм / гармонизация* общения при получении удовольствия от разгадывания интридиопатических паззлов и угадывания интридиопатического смысла в результате декодирования сообщения.
- *Демотивация* публичного, социального поведения человека, реструктурирование социальных установок, норм поведения, понижение их социальной значимости.
- *Капитализация* – приращение смысла социальных ценностей, установок и стереотипов (социальный капитал), способствующее обмену ими и внедрению их в сетевом сообществе (*инкультурация*) и собственно формированию последнего на интридиопатических принципах.