

ГЮЛЮШ АГАМАМЕДОВА

Публичная персона

Многие люди стремятся стать для начала известными, а там дальше, если повезет, знаменитыми. Для чего? Ведь столько неудобств влечет за собой статус «публичной персоны»? Все просто. Для того, чтобы монетизировать, то есть превратить в денежку узнаваемость своей неповторимой личности. Неужели все к этому стремятся? Безусловно, не все. Есть те, кто хотел бы остаться в тени и не афишировать свою личность, а вместе с ней деятельность и сложную биографию. Однако таких людей, любящих тень и получающих доходы иным способом, в наше виртуальное время меньше, чем шоуменов.

Невероятное количество певиц, певцов, танцоров, выпускающих клипы, экстремальщиков разного рода, блогеров, влогеров, экспертов почти во всех видах человеческой деятельности, привлекающих внимание зрителей, свидетельствует о том, что все происходящее в виртуальной сфере все более востребовано. Совершенно естественно, особенно в период пандемии, когда жизнь в реале сопряжена со многими ограничениями. Как правило, потребители этого товара, во всяком случае, определенная их часть понимает, что нельзя слишком серьезно относиться ко всему, что они видят и слышат. Необходимо некоторая отстраненность, критический взгляд. И, конечно, полезно помнить о бенефициарах, то есть выгодополучателях. Публичные персоны из шоу-бизнеса и блогосферы извлекают выгоду из всего, в том числе и из скандалов вокруг их имени. Главное для них – как правило, шум вокруг их персоны. Чем больше о них говорят, тем лучше. Таким образом они привлекают подписчиков, потребителей информационного товара на свои сайты. На этом держится вся желтая пресса и бесконечные сомнительного качества ток-шоу. Рекламодатели, те самые, что платят деньги, заинтересованы в такого рода виртуальных баталиях.

Разные задачи и разные способы использования виртуального пространства у публичных личностей. Певцы, актеры, танцоры, экстремальщики обычно мало озабочены содержанием своих роликов. Во-первых, текста вообще может не быть. И очень часто в этом нет необходимости. Шпагат, прыжок, гонки говорят сами за себя. Там, где присутствует слово, очень часто не стоит ждать глубокого содержания. Это могут быть простейшие припевки, набор клише, часто повторяемые банальности. Кроме того, пиар в подобном контексте возможен любой: белый, черный, добавлю, желтый. Не важно, что говорят о той или иной персоне шоу-бизнеса, главное, чтобы говорили. Сверхзадача – не упасть в реку забвения, не кануть в Лету, это самое страшное, что может случиться с деятелями шоу-бизнеса. По этой причине обсуждение личной жизни, пластических операций, нарядов, отдыха хоть в родном Сальяне, хоть на Мальдивах не просто привлекает внимание обывателей. Потребителю беспрестанно настойчиво рекомендуют обратить внимание на эту информацию. И он обращает свое драгоценное внимание. А зачастую и реагирует так, как большинство современных пользователей соцсетей. Либо руганью, либо восторгом. Почему? Потому что те, кто критически мыслит, не будут реагировать на виртуальную барахолку и, тем более, не будут оставлять комментарии. Появившийся не так давно Моргенштерн, рэпер, сделавший сумасшедшую карьеру в виртуале, – одна из успешных персон, сумевших заработать много денег на своей виртуальной деятельности. Настоящее имя Моргенштерна – Алишер Валеев. Молодой человек создает качественные клипы. Эпатжные, провокационные, эклектичные. Конечно, такого рода клипы привлекают подростков и молодых. К тому же это один из способов выпустить пар в условиях авторитарного режима. Молодые погружаются с головой в виртуал, и появляется все больше людей, не желающих жить в реале. Молодые и дерзкие пробуют себя в разных ипостасях, что естественно и интересно. Многие новаторские идеи получают развитие, в том числе и в шоу-бизнесе. А чем привлекают внимание состоявшиеся немолодые мэтры эстрады? Чаше

всего, как ни странно, это бесконечные дискуссии по поводу «вечной молодости» возрастной «поп-дивы» или новый прикид «короля попсы». Ни тебе новых проектов, клипов, песен. Нет, ничего такого легкомысленного. Только новые наряды, новые лица, соответствующие «высоким стандартам пластической хирургии» и, если позволяет кошелек, в качестве бонуса, новая грудь и все остальные части тела. Смешно, скажете вы? Иногда грустно. У этого товара, имею в виду такого рода статьи и сайты, есть свои потребители, и их немало. А там, где потребители, там же и вездесущая реклама и доходы.

Еще один отряд виртуальщиков, активно заполняющих интернет-площадки – блогеры, влогеры и примкнувшие к ним. Выбираете любую тему. Любую. «Кулинарные рецепты блюд римских гладиаторов», «Я же мать», «Как объездить весь мир и не заплатить ни копейки», «Я спокоен, я совершенно спокоен», «Не ем на ночь и вас научу», «Как отрастить густую шевелюру до пояса, даже если у вас совершенно лысый череп» и из самых популярных «Заработаем миллионы в виртуале», также не забудем языковые курсы в самых разных вариантах и на различных площадках. Интернет-деятели очень чутко реагируют на конъюнктуру. Как только появляется спрос, тут же появляются предложения. Для привлечения аудитории, хотя бы на начальном этапе, стоит провести определенную работу. Выяснить, кто такие гладиаторы, для начала. Утрирую, конечно. Но не слишком.

И, наконец, самая сложная, самая рискованная и, как следствие, страдающая и бесконечно критикуемая группа деятелей, связанная одинаково крепко и с реалом, и с виртуалом. Политики, писатели, эксперты, журналисты (в меньшей степени). Тяжеловесы, одним словом. Вот кому приходится нелегко. Их деятельность напрямую связана со словом. От их высказываний, оценок и прогнозов часто зависят общественные умонастроения и, соответственно, состояние общества. Словом можно воодушевить, словом можно убить, спровоцировать войну, обрушить биржевый курс валюты. Яркий пример – твиты Трампа, на которые активно реагировали финансовые институты. Безусловно, бурные события провоцируют исключительно тяжеловесы-политики. Те, чьи слова, а следом за ними поступки, влияют на ход истории.

Писатели, казалось бы, несколько отстранены, в силу своей профессии, от непосредственной вовлеченности в реальную действительность, однако мнение известных, почитаемых писателей часто вызывает дискуссии. В случае, когда высказанное мнение не по нраву большинству, прежнему кумиру объявляют войну, припоминают реальные и вообразимые грехи, начиная с ранней молодости. И Мэтр начинает оправдываться, разъяснять, призывать к цивилизованному диалогу. То, что мы наблюдали недавно в случае с Чингизом Абдуллаевым, затронувшим тему войны в Карабахе.

Многочисленные эксперты в области политики и экономики влияют на умы. Недавно с таким интересом пользователи интернета следили за военным экспертом Алексеем Арестовичем во время 44-дневной войны в Карабахе. Грамотный анализ происходящего позволял увидеть реальную картину, в отличие от репортажей печально известного «героя» Семена Пегова, чьи фантазии на военную тему вызывали не столько раздражение, сколько удивление и смех.

Азербайджанский эксперт, вызывающий уважение своими взвешенными оценками и прогнозами в области экономики и политики – Арастун Оруджлу. Образованный, имеющий широкий кругозор, эксперт, не склонный к истерии, к нему стоит прислушаться.

И самая, пожалуй, многочисленная и незащищенная группа публичных личностей – журналисты. Вот кто каждый день по долгу службы рассказывает, разъясняет и пытается влиять на общественное мнение, естественно, с переменным успехом. В условиях, когда журналисты получают символические гонорары, оставаться в профессии сложно. Грамотные люди предпочтут найти иной источник заработка. Те, кто выполняет определенный заказ власть предержащих, конечно, в другом положении. Независимая журналистика в нашем социуме на положении нелюбимого пасынка. Тем ценнее ее выживание, несмотря на многочисленные преграды.

Реал и виртуал и дальше будут идти в связке. Реал, отражаясь в виртуале, посылает сигналы в сознание людей. От того, насколько правдивым, либо искаженным будет посланный сигнал, зависит наша с вами жизнь.