

Антон Н. ФОРТУНАТОВ
(Нижний Новгород)

Упрощение и деградация коммуникативных практик вследствие влияния медийного дискурса: речевой аспект

The Simplification and Degradation of the Means of Communicative Practice due to the Influence of the Media Discourse: the Speech Aspect

The present article is devoted to the research of some aspects of verbal attitudes that appear in the course of mass communication. An investigator of mass-media can recognize the manipulation potential of TV-programmes with the help of intent- and content text analysis. The research of semantic rhythm of some programmes shows that manipulation character of their content is closely linked to the rhythm of the account. The general tendency of communicative attitudes consists in the fact that different kinds of manipulation lead to degradation of these attitudes. It is, above all, the result of the mass media activity.

Современные коммуникативные технологии очень часто предполагают весьма упрощенный подход к конструированию сознания получателей информации. Внутренний мир личности предстает в виде безвольного механизма, который, благодаря умелым настройкам, может действовать по любым сценариям. Уничтожается даже иллюзия человечности.

Одна из главных черт таких технологий заключается в том, что все они лежат в поле социальных практик, т.е. подразумевают существование конвенциональных норм коммуницирования. И даже когда речь идет о непо-

средственном контакте tet-a-tet между манипулятором и реципиентом, сам факт их соучастия в этом процессе означает переход обоих на надличностный уровень, использование семантики определенных групповых, социальных смыслов.

Например, широко известная среди психологов так называемая система «цыганского гипноза» строится на сильном, шокирующем коммуникативном «ударе», эксплуатирующем весьма конкретный набор тем и чаще всего негативных эмоций, вслед за которым следует «ступор», гипнотическое состояние человека, его готовность повиноваться внешним командам и импульсам. Тематическая палитра в общении незнакомых людей, т.е. находящихся в контакте лишь на основе весьма широко понимаемой социальной принадлежности, основана на синдромах и страхах, актуальных для нынешнего состояния культуры, социального благополучия, спектра обсуждаемых в обществе острых проблем. Наблюдения за поведением подобных манипуляторов показывают, что в момент коммуникативной атаки один за другим «вбрасывают» в адрес потенциальной жертвы заранее заготовленные и продуманные эмоциональные импульсы, при этом тщательно сканируя психофизиологическое поведение человека и вызывая атаку на том тематическом направлении, где была зафиксирована эмоциональная реакция реципиента.

Такое перетекание личностного в социальное имеет глубокие корни. Одной из основ этих процессов, безусловно, является речь и формирующееся на ее основе сознание. Речь – уникальный феномен, трудно поддающийся объяснению с точки зрения теоретической науки, хотя на практике реализуется постоянно и является важнейшим условием существования и развития человека и социума. В процессе речевого общения его участники осуществляют переход от нематериальной мысли к физически ощущаемым, материализованным звуковым волнам, и, наоборот, от физически воспринятых звуков к нематериальной сущности мысли, изменению сознания. Кроме того, слово, которое, как мы уже видели, уже в самом себе заключает серьезные реальные последствия, сказывающиеся в поведении конкретных людей или целых социальных групп, являет собой отражение нематериальной мысли, чувства или психологического состояния. И то, что язык превращается в современном манипулятивно насыщенном обществе в симулякр, отнюдь не упраздняет действенную силу самой речи как способа реализации языковой системы – единственного и пока что не замененного никакими сверхсовременными изобретениями механизма *смыслопорождающей* коммуникации.

Следовательно, речевое взаимодействие неизбежно становится еще одним важным мостом для взаимного перетекания социальных и личностных смыслов в момент манипулятивного, коммуникативного воздействия. Дей-

Упрощение и деградация коммуникативных

ственность слова, его влияние – предмет многочисленных и многоаспектных исследований в разных науках. В свете рассуждений о манипулятивных практиках нам представляется плодотворным и результативным метод так называемого «интент-анализа» различных дискурсов, предложенный группой ученых из Института психологии РАН [1]. Авторы понимают феномен интенции локально, в отличие от философского подхода, «в контексте функционирования речевых процессов и механизмов, не распространяя его на все ментальные состояния» [1,11].

Существует два уровня интенций. Первый – пласт «первичных» интенций в онтогенезе, связанных с особенностями функционирования нервной системы человека. Авторы считают, что мозг, равно как и остальные органы тела, наделен способностью и потребностью в экстерииоризации образующихся в нем активных состояний. Эта мысль соответствует известному философскому тезису об «избыточности» человеческой психики, шире – о социальной энергии, порождающей человеческую активность. Речевая экстерииоризация осуществляется через различные двигательные органы, и артикуляционный аппарат – один из возможных каналов выведения вовне глубинных психологических импульсов [1,12].

Интенции «второго уровня» связаны с обращением «к внешнему миру», к социальному окружению. Такие интенции определяют как «коммуникативные». Особенности их проявления в речи могут продемонстрировать направленность сознания на определенный набор объектов, высветить сферу внимания говорящего. Другая их черта – в том, что формы реализации, выражения коммуникативных интенций чрезвычайно разнообразны, поскольку язык развивается в онтогенезе. Однако даже при нестандартном и непрямом их выражении они понятны слушателям – носителям данного языка, ведь обыденное понимание речи представляет собой не что иное, как понимание собеседника, указывающего на факты, на чувства и реакции, связанные с ними, на намерение побудить своего партнера к определенным действиям, отношениям и т.д. Сознательно-манипулятивное воздействие на реципиента подразумевает серьезный, тщательный отбор не только предлагаемых в процессе коммуникации интенций, но и их словесное оформление, эмоциональный окрас. Авторы, на наш взгляд, правы, считая, что степень доброжелательности субъекта, или наоборот, степень его негативного отношения к объекту своих высказываний, формы проявления терпимости или подавления, а также других явных и неявных чувств и эмоций могут быть определены как раз с помощью интент-анализа. «Слова, грамматические конструкции, правила построения текста используются для того, чтобы передать окружающим одобрение, порицание, просьбу, угрозу в отношении тех или других объектов, т.е. наши интенции» [1,19]. Таким образом, изначальные, «природные» чувства облекаются в процессе ком-

муниципирования в «искусственную» интенциональную упаковку, которая подвергается расшифровке лишь путем изощренных, коллективных усилий специально ориентированных людей: интент-анализ может быть проведен лишь коллективом специалистов, обладающих определенной филологической подготовкой. И результаты такого исследования не могут считаться стопроцентными. Естественно, что чем сложнее «коммуникативные» интенции «второго уровня», тем труднее неискушенному реципиенту выявить их этическую подоплеку.

Конвенциональный характер коммуникативного взаимодействия и степень его эффективности возрастают с выходом коммуникации на все более широкие слои участников. И высшей точкой такой искусственности становится сфера массовой коммуникации. Мир начинает жить по медийным законам, соответствующим принятому уровню освоения, т.е. вполне беспомощному потреблению информации. Дуглас Рашкофф приводит поучительную и забавную историю. В 60-х годах Эбби Хоффман, активист движения «приколизма», угрожал отравить наркотиком ЛСД нью-йоркскую городскую систему водоснабжения. Мэр в ответ выставил 6000 национальных гвардейцев для охраны резервуаров с питьевой водой – ведь психоделическая революция в те годы была вполне реальной, и эта угроза соответствовала «революционной ситуации». Хоффман объяснил «в качестве жеста доброй воли» градоначальнику, что растворить ЛСД в воде невозможно, на что получил ответ: «Я знаю, что это невозможно, но мы все равно не можем рисковать». Таким образом, мэр защищал не систему водоснабжения и не здоровье граждан, а, как считает Рашкофф, «восприятие публикой своей способности защитить систему водоснабжения». Информация, не имеющая ничего общего с реальностью, заставляет людей вести себя весьма причудливо [2,302].

Не случайно подобные эпизоды породили своеобразную сферу интерпретации масс-медиа – меметику, т.е. науку о «мемах», или информационных вирусах, которые, словно биологические микроорганизмы, поражают информационную сферу общества. Особенно хорошо они плодятся в тех уголках массового сознания, которые уже серьезно подготовлены вниманием СМИ, рекламных кампаний. Тогда обыватель с готовностью поддается параноидальному бреду, с горячностью защищает самые замысловатые химеры в общественной жизни. В этом одно из характерных проявлений искусственности и манипулятивной заданности массовой коммуникации: она действительно возможна лишь тогда, когда сведения, передаваемые массмедиа, создают поле смыслов, порождающих дальнейшую коммуникацию. Человек действительно перестает видеть что-либо вокруг себя непредвзято, «без помощи» СМИ, полностью отдавая себя в их руки.

Упрощение и деградация коммуникативных

Однако для того, чтобы сохранять эту власть, СМИ в каждую новую секунду своего самовоспроизводства должны совмещать в себе две трудно сочетающиеся стихии. С одной стороны, они должны мимикрировать под межличностную форму общения, создавая у своих потребителей иллюзию полного комфорта и информационной обеспеченности, или, исходя из наших рассуждений, психологического информационного равновесия, самоидентификации, т.е. всячески заменяя собой визави, партнера по диалогу. С другой – они взвалили на себя ношу обслуживания общественного интереса, т.е. опосредованно-коммуникативной сферы, следовательно, новости и события, порождаемые СМИ, выступают здесь в роли статусных эквивалентов, фиксирующих, утверждающих нынешнюю систему ценностей. Иначе говоря, СМИ вынуждены декларировать одновременно задушевность и прагматизм. Их коммуникативные интенции имеют заведомую манипулятивную заданность, но как раз это обстоятельство СМИ всеми силами пытаются скрыть. Они хотят, чтобы им безусловно верили, и при этом требуют, чтобы аудитория воспринимала предлагаемые ей факты как *единственно возможную* реальность, как руководство к действиям (эксплуатируя веру, они ее уничтожают).

Интересно отметить особый информационный код, к которому прибегают массмедиа для того, чтобы обеспечить восприятие аудиторией предложенных сведений. Его можно было бы обозначить как *двухступенчатую интерпретационность*.

На *первой ступени* средства массовой коммуникации отбирают в соответствии с несложным набором технологических требований определенные сведения в качестве релевантных или достойных для трансляции в аудиторию (например, через содержащиеся в них *конфликтность, катастрофы, развитие событий и их последствия, жизнь знаменитостей, нечто необычное, обладающее ярким эмоциональным фоном, находящееся близко географически и т.п.*) [3,212–213]. Вальтер фон ля Рош цитирует критический каталог, который еще и сейчас употребим в американских справочниках для журналистов. Из него следует, что новость только тогда вызывает интерес у читателя, слушателя или зрителя, когда она содержит возможно больше позиций из следующих элементов: «выдающиеся деятели, непосредственная близость, эмоции, секс, прогресс, тяжесть последствий, конфликт, борьба, драматизм, курьезность» [4].

Другая, более поздняя, схема качественной оценки новости, имеющая в виду то же, в сущности, определение степени востребованности и новизны информации, строится по следующим параметрам («новостным факторам»):

1. *Частота* появления медиа, дающая больше вероятности превращения события в новость.

2. *Пороговый фактор* (абсолютная интенсивность, прирост интенсивности): существует ценностный порог, который должно преступить событие, чтобы быть зарегистрированным.

3. *Определенность*: чем определеннее и обозримее событие, тем быстрее оно станет новостью

4. *Значимость*: чем больше значение события, тем быстрее оно станет новостью.

5. *Консонанс* (ожидаемость, желанность): чем сильнее событие перекликается с имеющимися представлениями и ожиданиями, тем быстрее оно станет новостью

6. *Удивление* (непредвиденность, редкость): в рамках имеющихся ожиданий.

7. *Непрерывность*: событие, которое уже дефинировано в качестве новости, имеет высокие шансы и впредь привлекать к себе внимание.

8. *Вариативность*: пороговая ценность для внимания к событию будет ниже, если ведет к расбалансированию и вариативности общей новостной картины.

9. *Отношение к элите-нации*: события, которые касаются элиты-нации (экономически или с военной точки зрения сильные нации), имеют непропорционально высокое новостное значение.

10. *Отношение к элите-личности*: в том же смысле, что и пункт 9-й; соответственно относится и к личностям из элиты, т.е. к выдающимся и/или властным, влиятельным персонам.

11. *Персонализация*: чем сильнее событие персонализировано, представлено в действиях или в судьбе личности, тем скорее оно станет новостью.

12. *Негативизм*: чем «негативнее» событие, чем больше оно соотнесено с конфликтом, разногласием, агрессией, разрушением или смертью, тем сильнее оно будет принято во внимание медиа [5, 48–49].

Заведомое сужение смыслов в угоду техническим требованиям массовости и универсальности приводит к необходимости дополнить информационный поток мета-сведениями, сугубо субъективными по своему содержанию. Здесь, на *второй ступени интерпретационного процесса*, возникает, таким образом, умножение субъективности, которое, собственно, и приводит медиальную информацию к компромиссу между личностным пониманием правды и социально обусловленными формой и содержанием информации.

Дело в том, что в масс-медиа существует неявная конкуренция фактов, в которой в принципе нет ничего необычного. Ведь за их появлением на свет стоит всего лишь технология, в общем-то, механический процесс, качество которого легко постигается путем сравнения. То есть в конкуренцию вступают не реалии жизни (по степени важности, остроты непосредственного переживания они практически одинаковы что в каком-нибудь хрестоматическом

Упрощение и деградация коммуникативных

тийно-провинциальном населенном пункте, что в столице), а изощренность обработки и техническая обеспеченность их презентации. Единичный факт, не обрамленный комментариями экспертов и специалистов, не повторенный несколько раз в течение относительно короткого промежутка времени, вряд ли будет замечен. Существует эмпирически выведенное правило: «Зритель всегда предпочтет телестолкновение поездов в Индии телевыставке художника Зверева в ЦДХ»[6]. Коммуникативная информация, не претендующая на глубину осмысления событий, – благодатное поле для использования грубых приемов психологического насилия над зрителями (речь, прежде всего, идет о телевидении), когда любая, иногда, на первый взгляд, позитивная информация, должна быть облечена в форму катастрофы, изматывающего нервы драматизма, или нести в себе элементы откровенного эротизма, даже когда речь идет всего-навсего о рекламе стиральной машинки.

Таким образом, функция современных коммуникативных систем – не столько в том, чтобы информировать, сколько в том, чтобы создать определенный искусственный контекст, интерпретационное поле с весьма конкретными манипулятивными задачами. Искусственность реальности усиливается именно в момент ее презентации, «продажи», хотя, безусловно, сам факт ее медиального структурирования, деформации содержания тоже следует признать искажающим моментом. Нужно отметить, что недостоверность и неverifiedируемость информации уже давно перестали быть новостью, однако это обстоятельство не оказывает существенного влияния на качество восприятия, и медиаэкспансия захватывает все новые и новые слои общества.

Случаи негативного физиологического воздействия телевизионной информации на здоровье людей регистрируются с удручающим постоянством. Яркий, широко известный пример – массовая вспышка фотосенситивной эпилепсии разной степени тяжести у более 12 тыс. японцев в возрасте от 5 до 58 лет, обратившихся за медицинской помощью после просмотра анимационного фильма «Покемон» [7, 53]. Пожалуй, сюда же можно отнести и исследования немецких психологов, оценивавших всплески агрессии среди детей в детских садах после показа накануне очередной серии фантастического сериала «Пауэр рейнджеры» [8, 98–100]. (Кстати сказать, этот сериал в 2004 году шел в эфире российского канала Ren-TV – ведь увеличение агрессии среди детей для отечественных продюсеров не главное. Важнее популярность передачи и рекламные сборы).

Исследователи утверждают: «телевидение выступает в качестве новейшего и эффективнейшего средства формирования гипнотической пассивности зрителя, которая способствует прочному закреплению создаваемых психологических установок» [9, 74–81]. Эта пассивность восходит к изна-

чальной предрасположенности человека к «сумеречным» состояниям мышления, к измененным состояниям сознания, и телевизор, словно наркотик, плодит настоящих «видеоманов», жертвующих своим физическим и интеллектуальным здоровьем для того, чтобы вновь очутиться в состоянии «электронного транса».

Одним из эффективных инструментов манипулятивного воздействия массмедиа на аудиторию является ритм информационных программ. К сожалению, феномен ритма до сих пор остается расплывчатым и неясным. Не существует ни удовлетворительного определения, ни четкой классификации ритмов. По Ф.-В. Шеллингу, «ритм принадлежит к удивительнейшим тайнам природы и искусства» [10,196]. Исследователи отмечают, что чувство ритма «в основе своей имеет моторную природу», хотя, например, музыкальный ритм не может восприниматься лишь механически, в нем обязательно присутствует и эмоциональный компонент [11,25]. Пожалуй, наиболее точное, но при этом все-таки достаточно абстрактное, определение дал известный основатель «ритмической гимнастики» в начале XX века Э. Жак-Далькроз: «Ритм есть движение материи, логически и пропорционально распределенной во времени и пространстве» [12, 37].

Но трактовка ритма как «как чередования во времени определенных единиц», «как расположения и последовательности пространственных форм» [13, 4] в контексте коммуникативных отношений оказывается недостаточной: обязательно должна учитываться субъективная специфика перцептуальной трактовки пространственно-временных категорий, поскольку коммуникация разворачивается именно в этом специфическом поле. Не случайно, говоря о том, что «под ритмом принято понимать правильное чередование, повторяемость одинаковых элементов» и что цикличность – важный фактор и естественных процессов, и трудовой деятельности, представители Тартуской семиотической школы подчеркивали, что ритм в чередовании природных явлений кардинально отличается, скажем, от ритма стиха, в котором этот элемент является «смыслоразличающим». «Он служит тому, чтобы *«приравнять неравное и раскрыть сходство в различном»*, или наоборот – *«раскрыть мнимый характер этой одинаковости, установить отличие в сходном»* [14,91].

При этом следует избегать и чрезмерной субъективации трактовки ритма: ведь в таком случае становится практически невозможно определить специфику и закономерности ритмического воздействия, существующего, тем не менее, объективно. Вместе с тем необходимо иметь в виду то обстоятельство, что в коммуникации ритм пронизывает буквально все уровни смысловых импульсов, даже мельчайшие.

За основу наших исследований мы взяли идеи И.В.Способина, согласно которым ритм – это «организованная последовательность звуковых дли-

Упрощение и деградация коммуникативных

тельностью». В том случае, когда последовательность звуков лишена четкости, она не производит впечатления осознанности. «Таким образом, – заключает выдающийся музыковед, – ритм скрепляет воедино различные звуки и аккорды и создает из них группы, имеющие *осмысленность, характерность*» [15,26–27].

Современная ритмика исходит из понимания непрерывности времени. Ударения – это толчки, импульсы, вершины волн. Время предстает разделенным на отрезки, ударения, т.е. ключевые события, служат содержательными центрами отрезков, сопоставляемых по величине друг с другом. Прямую аналогию обнаруживаем в речи: ударение играет в языке совершенно иную роль, чем долгота, оно служит для выделения в речевом потоке слов и, следовательно, тесно связано со смысловым членением, к которому долгота равнодушна, ибо в слове может быть как несколько долгих слогов, так и ни одного. Таким образом, «метр – заданная ритмическая схема, ритм – наполняющее эту схему движение» [16,48–104]. Единицей ритма может служить акцент, доминанта, наиболее насыщенная часть структуры. Возвращаясь к коммуникативистике, можно сказать, что в информационном поле ритм – это не только и не столько определенная упорядоченность определенного потока, но и динамично развивающаяся экспрессия, эмоциональная энергия, несущие в себе суггестивную заданность, т.е. область субъективности творящего и воспринимающего.

Следует отметить, что ритм имеет внутреннюю и внешнюю стороны. Оценивая ритм как «рисунок» определенным образом организованных элементов, человек предпосылает ему эмоциональную нагрузку, зачастую искусственно приписывает ее ему. Это внешняя, эстетическая оценка. Однако сам воспринимающий должен ощущать ритм как воплощение собственных чувств, и это уже внутренняя, резонансная, психо-физическая сторона процесса. Отсюда следует правило: ритмический рисунок не может и не должен быть равномерным, поскольку эмоциональное начало, заложенное в нем, подразумевает развитие, кульминацию и угасание, тождество и трансформации, в противном случае эмоции без динамики не существовало бы вовсе.

Каждое изолированное движение, – замечает Э. Жак-Далькроз, – может быть разделено «на два момента: затакт и акцент» [12, 79], причем, «принцип уравнивания сил составляет главную основу ритма в пространстве» [12, 83]. То есть, любая сильная доля не возникает спонтанно, ее появление и последующий резонанс с воспринимающим сознанием подразумевает существование определенного поля, контекста, который служит своеобразным подготавливающим фоном для смыслового акцента. Это положение особенно отчетливо характеризует ритм как динамический феномен, разворачивающийся во времени и пространстве и дает возможность с помощью методов

контент-анализа оценить в качестве иллюстрации наших идей суггестивную ритмику различных информационных программ на телевидении с тем, чтобы, основываясь на смысловом ритме, заложенном в них, определить их манипулятивные интенции.

В качестве примера возьмем один из итоговых ежедневных выпусков передачи «Новости культуры» с В.Флярковским (н.п. от 9 января 2008 г., начало в 23.30, телеканал «Культура») и передачу «Чрезвычайное происшествие» (10 января 2008 года, начало в 15.30, телеканал НТВ), имеющие в современном телевидении прямо противоположные информационные задачи:

Каждая из телевизионных программ несет в себе четко структурированный информационный, а, следовательно, и эмоциональный импульс. Каждая – создает определенное настроение в аудитории. На наш взгляд, было бы слишком просто объяснять это настроение одним лишь содержательным наполнением информационных сообщений, оставляя без внимания идею ритма как всеобщего свойства коммуникации.

И действительно, каждая передача демонстрирует вполне отчетливый ритмический рисунок, который является результатом сложных соотношений различных коммуникативных пространств внутри одной программы: визуального, смыслового, лингвистического, а также монтажного, операторского, эстетического и т.д.. Например, темпоритм речи ведущего соотносится с монтажным ритмом построения сюжетов; внутрикадровая динамика (так называемый внутрикадровый монтаж) – с длиной сюжета или даже с его местом в общей программе; наличие сложных и мало используемых слов – с чередованием ведущего в кадре или закадровым текстом журналиста; нарочитым употреблением «рычащих» и «мурлыкающих» слов (по американской классификации суггестивного потенциала пропагандистской лексики) [17,81], повторяющихся слов и содержательной стороной сюжета (катастрофы или курьезные происшествия) и т.д. Безусловно, каждый из этих аспектов коммуникативного потенциала программы может стать объектом отдельного исследования с точки зрения его темпо-ритмической организации. Мы же предприняли попытку выявить общие ритмические свойства программ, основываясь на одной из выявленных нами функций ритма, а именно: быть выразителем сильной, смысловой, ударной фазы в информационном импульсе.

Итак, идея *осмысленности* как отражения *ритмически сильной доли* является методологической основой исследования. В качестве научного инструментария нами были использованы элементы контент-анализа содержания, а также относительно нового и еще мало применяемого в прикладных исследованиях интент-анализа программы, о котором мы уже упоминали в нашем исследовании [1].

Упрощение и деградация коммуникативных

Конечный итог наших исследований состоит в следующем. Общая длительность программы новостей на телеканале «Культура» – 19 минут 45 секунд. За это время успевают прозвучать 272 значимые интенциональные единицы. Таким образом, одна смысловая, т.е. акцентная, ритмически сильная доля в передаче приходится на каждые 4,4 секунды. Всего в передаче представлены 20 самостоятельных сюжетов – от информационных анонсов длиной в 10 секунд до больших экскурсов в историю с хронометражом почти в 4 минуты. Каждый из них обладает весьма различным количеством интенций, и их интенсивность то усиливает информационный поток, то делает его более спокойным и плавным. На приведенной ниже таблице видно, что медленное, спокойное начало с малым количеством интенций сменяется динамичным, информационно емким анонсированием, которое, в свою очередь, вновь переходит к неспешным, плавным сюжетам, и лишь под конец программы наблюдается некоторое увеличение их темпа.

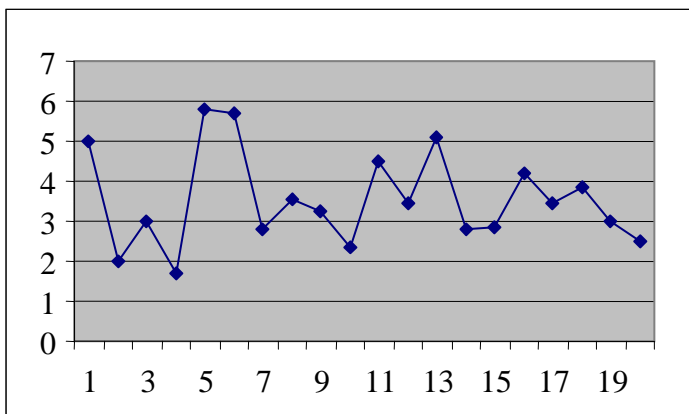


Таблица 1. Концентрация интенций в новостях культуры. По вертикали – время (в секундах), по горизонтали – порядковый номер сюжета.

Иная ситуация складывается с программой криминальных новостей. Общий ее хронометраж – 27 минут 44 секунды, а количество интенций – 501. Причем, в отличие от новостей культуры, данная программа прерывается одним рекламным блоком, который был достаточно сложен с точки зрения его интенционной оценки. На наш взгляд, режиссеры программы совместно с режиссерами рекламы вполне осознанно перед основным блоком рекламных сюжетов вставили анонс криминального сериала «Улицы разбитых фонарей» и отделили его от следовавших за ним роликов с помощью экспрессивной заставки «Страсть». В этой связи мы посчитали необходимым

включить интенции данного анонса и заставки в общую оцениваемую информационную ткань программы, а сами рекламные сюжеты, сливавшиеся в общее пестрое и индифферентное по отношению к пафосу программы смысловое «пятно», оставить за скобками нашего исследования. Таким образом, было зарегистрировано 22 законченных сюжета.

Здесь смысловая, ударная доля в подобного рода программах приходится в среднем на каждые 3,3 секунды. Т.е. темп по сравнению с новостями культуры увеличивается на четверть! Остается меньше времени на размышления, на собственную оценку и ответную реакцию.

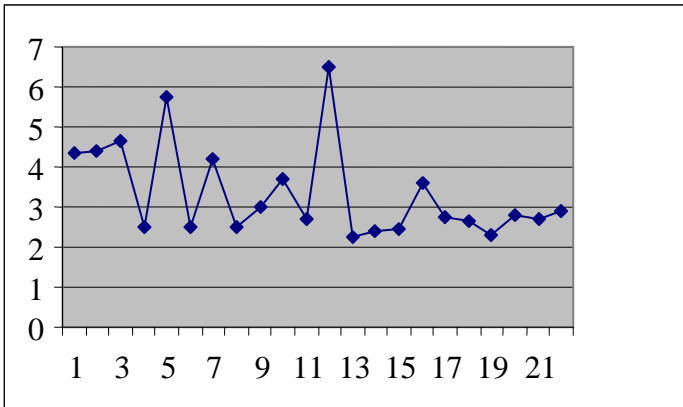


Таблица 2. Концентрация интенций в криминальных новостях

Программа также начинается с анонсирования сюжетов, однако темп этого анонсирования выглядит лишь слабым, предваряющим «залпом» в сознание зрителей по сравнению с интенсифицирующейся и меняющейся с калейдоскопической быстротой сменой сюжетов о катастрофах, гибели людей, пожарах и т.д. Несколько относительно неспешных вставок в этот поток лишь усиливают ощущение информационного давления и драматизма, и в течение программы, ближе к ее окончанию, оно лишь возрастает.

Таким образом, даже беглый взгляд на информационно-ритмическую структуру передач с различной этической, суггестивной, идеологической, коммуникативной направленностью приводит нас к тому, что их информативный и смысловой статус обладает отчетливой зависимостью от ритма мышления-воспроизведения-интерпретации программ журналистами и их зрителями. Современная тенденция в информационном вещании состоит в увеличении темпа подачи информации, даже в том случае, когда речь идет о новостях культуры. Динамизм становится синонимом интересности. Но при этом информации так много, она настолько разнообразна и порой проти-

Упрощение и деградация коммуникативных

воречива, что журналистам приходится все больше и больше упрощать ритм информационных сообщений, делать его все более жестким и даже жестоким. Происходит своеобразный процесс «тренировки» аудитории на восприятие все более динамичной информационной стихии.

Однако становится заметной и прямо противоположная тенденция. Чрезмерная динамизация начинает означать потерю осмысленности: спешка – отнюдь не лучший фон для раздумий. Телевизионная аудитория, да и шире – аудитория современных массмедиа начинает дифференцироваться не только по сути воспринимаемой информации, но и по формам, по метрическим характеристикам ее подачи, причем ментальная пропасть между приверженцами, скажем, культурологической информации и сообщений агентств криминальных новостей начинает выглядеть просто непреодолимой. Здесь кроется источник многих методологических находок в организации масс-медийных программ в области политики, спорта, культуры и т.п. Так, например, довольно распространенные сегодня рекомендации в адрес авторов интеллектуальных передач – сделать эти программы более жесткими и динамичными, вероятно обречены на неисполнение. Аудитория не та! Ее темпоритм восприятия манифестированно замедлен по сравнению с лихорадочной бессмысленностью ежедневного информационного потока.

Таким образом, ритмическая организация коммуникации пробивает в сознание реципиента прямой путь, заменяя собой испытанную и дискредитированную манипулятивным обществом цепочку логических умозаключений. Но возврат к «природе» восприятия, по сути, отрицает коммуникацию в привычных ее формах. Движение вспять современной цивилизации, отмеченное У. Эко, ведет к возникновению множества, казалось бы, уже навсегда решенных этических проблем. Одна из главных состоит в том, что общение становится отражением примитивных технологий речевого воздействия, а следовательно, насилие, жестокость, агрессия превращаются в нормы социального бытия.

Использованная литература:

1. Слово в действии. Интент-анализ политического дискурса. Под. Ред. Т. Н. Ушаковой, Н. Д. Павловой. Санкт-Петербург 2000.
2. Рашкофф, Д.: Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание. Москва 2003.
3. Цвик, В. Л.: Телевизионная журналистика: История, теория, практика. Москва 2004.
4. La Roche, W. von, Buchholy, A. (Hrsg.): Radiojournalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk. München 1988.
5. Journalismus für die Praxis: Ein Leitfaden für die Redaktionsarbeit. hrsg. Claudia Mast. 1. Aufl. Hohenheim 1991.

6. Найденов, И.: Операция «Провокация» In: Культура, 30 сентября – 6 октября. 1999.
7. Севастьянов, В. А.: Технический прогресс в области СМИ с позиций информационно-психологической, биогенной и экологической безопасности. In: Информационная и психологическая безопасность в СМИ: в 2-х т. Т.1: Телевизионные и рекламные коммуникации. Москва 2002.
8. Czaja, Dieter (Hrsg.): Kinder brauchen Helden. Power Rangers & Co. unter der Lupe. München, 1997.; Aufenanger, Stefan et al. Gutes Fernsehen – schlechtes Fernsehen!? München 1999.
9. Гримак, Л. П.: Гипноз и телевидение (истоки нашей страсти к телевидению). In: «Прикладная психология», №1. 1999.
10. Шеллинг, Ф.-В.: Философия искусства. Москва 1966.
11. Бухман, М. М.: Этническое своеобразие музыкальной культуры. Автореф. дисс. а соискание уч. степени канд. Философских наук. Н.Новгород, 2005.
12. Жак-Далькроз, Э.: Ритм. Москва 2006.
13. Мейлах, Б.С.: Проблемы ритма, пространства и времени в комплексном изучении творчества. In: Ритм, пространство и время в литературе и искусстве. Ленинград 1974.
14. Ю. М. Лотман и тартуско-московская семиотическая школа. Москва 1994.
15. Способин, И. В.: Музыкальная форма. 7-е изд. Москва 1984.
16. Харлап, М. Г.: Тактовая система музыкальной ритмики. In: Проблемы музыкального ритма: Сборник статей. Сост. В.Н. Холопова, Москва 1978.
17. Скрытое эмоциональное содержание текстов СМИ и методы его объективной диагностики. Под ред. А.А.Леонтьева, Д.А.Леонтьева. Москва 2004.