СМИ как массовая коммуникация

Контрольная работа

Ознакомьтесь с нижеприведённой статьёй Георгия Почепцова и выполните следующее задание.

Проанализируйте 2 выпуска своей любимой телепередачи или Youtube-канала с точки зрения коммуникативных параметров, обрисованных в статье. Охарактеризуйте коммуникативное пространство этой передачи. Опишите вербальные характеристики данных выпуском как видеосообщений.

КОММУНИКАТИВНОЕ ПРОСТРАНСТВО И ЕГО ХАРАКТЕРИСТИКИ

Современное общество принципиально альтернативно: для него характерной является **альтернативная коммуникативная среда**. Любое сообщение может быть заменено любым другим. Общество прошлого стремилось к уникальности коммуникативных процессов: например, только одна книга — Библия и т.д. Следующим этапом становится трактовка слова Бога:"По отношению к Слову Бога всякая проповедь — это текст "второго порядка", слово наставника по поводу слова Бога. Цель проповеди состоит в донесении смысла слова Бога до сознания людей. Такая передача смысла представляет собой ту или иную адаптацию первичного текста (слова Бога) к возможностям человеческого разума".

Тоталитарное общество возвращается к системе уникальных коммуникативных процессов, соответственно, возрастает значимость ритуала. Торжественное собрание в честь - надцатилетия Великой Октябрьской социалистической революции выполняло главную функцию ритуальной коммуникации — делало сакральными, «священными» необходимые отсылки на прошлое, задавая сакральную периодичность времени: пятилетки, юбилеи Великого Октября, день рождения В.И.Ленина.В СССР безальтернативными были труды классиков марксизма-ленинизма.

Коммуникация помогает усилить имеющиеся в обществе диспозиции, делая неявное явным. Коммуникацию можно рассматривать как интенсификацию имеющихся коммуникативных интенций (намерений и целей), перевод их в более технологическую форму, под которой мы понимаем достижение прогнозируемого результата в отличие от случайного процесса.

Литература также может рассматриваться как преувеличение определенных характеристик, которое можно реализовать за счет отвлечения от несущественных с точки зрения темы характеристик в пользу значимых. Только такое преувеличенное воздействие может влиять на в определенной степени инерционные системы, к которым можно отнести массовое сознание. Только сегодня в условиях конкурентной борьбы мы стали больше внимания уделять инновациям. Сопоставление **инновационных** и **инерционных систем** даст нам следующие результаты:

	инерционные системы	инновационные системы
отношение ко времени	более важен взгляд в прошлое	профессионально заняты будущим
оценка будущего	будущее - это вновь повторяющееся прошлое	будущее возникает впервые

тип лидера	"аксакал" (лидер старых норм)	креативная личность, которой приходится прощать экстравагантности
тип аргументов	значимо то, что уже было (например, "возврат к ленинским традициям)	значимо новое

Два типа систем будут требовать разных коммуникативных потоков для своего осуществления, что отражается в том числе в выделении своих типов говорящих. В целях общих ориентиров можно отметить, что тоталитарные системы тяготеют к инерционности, демократические — к инновациям.

Коммуникация у человека протекает в основном в рамках **двух основных каналах**: **вербального** и **визуального**. Именно в этой области чувств у человека оказались более совершенные порождающие и анализирующие аппараты. Собака, к примеру, может различать сорок тысяч вариантов запаха, что недоступно человеку. Механизмы анализа и порождения должны дополняться соответствующими механизмами запоминания. А в области запаха или вкуса человек уже не имеет такой четкой системной памяти. В качестве обратного примера, подтверждающего правило, можно сослаться на произведение Марселя Пруста, герой которого мог восстановить далекий прошлый контекст именно по подсказке из этой области.

Вербальная коммуникация строится на лексически выделенных единицах, соответствующих реалиям мира. Это приводит к большому числу единиц словаря, из которых складывается бесконечное число сообщений. Визуальная коммуникация не обладает подобным набором заранее установленных единиц. Отсутствие элементарных единиц делает более универсальным процесс восприятия визуальной коммуникации, поскольку не требует предварительного знания списка единиц для понимания сообщения.

Однако и на визуальном уровне существуют предварительные нормы, определяющие форму необходимого сообщения. А. Маслоу смотрит на проблему еще шире, когда говорит, что нехватка красоты может быть патогенным фактором.

"Чтобы доказать это положение, я предпринял ряд экспериментов, связанных с красивым и уродливым. Так, например, я предъявлял испытуемым фотографии обычных людей, снятых в неприглядной обстановке, и испытуемые склонны были описывать этих людей как психотиков, параноиков или преступников. Это говорит за то, что в уродливом окружении лица людей и, вероятно, самилюди будут казаться нам плохими, уродливыми, неприглядными. Насколько уродливое окружение будет влиять на вас, целиком зависит от вашей восприимчивости и от того, в состоянии ли вы переключить свое внимание с неприятного стимула на что-то другое, менее неприятное. Продолжая эту мысль, можно утверждать, что жизнь в неприятном окружении с неприятными людьми является патогенным фактором для психологического здоровья. Выбирайте для общения красивых и достойных людей, и вы обнаружите, как улучшается ваше самочувствие и ваша самооценка".

То есть нормирование присутствует и в этом типе коммуникации.

Благодаря отсутствию заранее заданной определенности единиц визуальное сообщение несет большее число информационных прочтений. Поэтому телевидение и видеозапись на Youtubeстоль опасны с точки зрения специалиста по пропаганде: как более богатый сообщениями канал видео может выдать "лишнее" сообщение, что особенно ярко проявляется в случае прямого

эфира. Отсюда следует необходимость более строгого контроля именно телевизионного сообщения, чтобы не порождать дополнительных сообщений, сопровождающих основное.

Различные модели коммуникации, с которыми мы познакомились выше, рассматривают разные аспекты коммуникативного пространства, представляющего собой базовое понятие для анализа коммуникации. В рамках **коммуникативного пространства** реализуются все коммуникативные **дискурсы**. Под дискурсом Ходж и Кресс понимают социальный процесс, в который включен текст, а текст является конкретным материальным объектом, получаемым в дискурсе. Таким образом, перед нами два взаимодополняющих понятия, отсылающих к одной и той же реальности. Реальный взгляд, с точки зрения социального процесса, дает нам дискурс, а с точки зрения процесса лингвистического — текст.

Д. Спербер и Д. Вильсон в своей теории релевантности (значимости) предлагают разграничивать информационную интенцию и коммуникативную интенцию. В первом случае речь идет о желании сообщить нечто, во втором — коммуникатор демонстрирует свое желание в явном виде. Обычно обе интенции (особенно в случае вербальной коммуникации) сливаются воедино. Целью коммуникатора является воздействие на представления получателя. Коммуникатор создает конкретное сообщение для конкретного получателя, рассчитанное на данный конкретный момент, на данное конкретное место, на данный конкретный контекст. Центральным в этой цепочке становится понятие релевантности для конкретного индивидуума.

Коммуникативное пространство структурировано **первичными** и **вторичными коммуникативными процессами**. Первичные – сама коммуникация. Вторичные (или послекоммуникативные) процессы связаны с обсуждением и распространением информации, впервые полученной по первичному процессу. Только тот первичный коммуникативный процесс имеет успех, который затем продолжается во вторичных процессах. К примеру, рассказ о вылитом Жириновским стакане сока на политика в ходе дискуссии на ТВ распространялся более активно, чем сам первичный процесс. Кстати, вся поп-культура базируется на приоритетности вторичных процессов.

Человек по-разному ведет себя, когда он находится один и когда он в массе. Человек в массе становится более подвержен воздействию, поскольку наблюдается нивелирование его чувств. Гитлер писал, что превращает людей в массу: "В массовых собраниях мышление выключено. И я использую это состояние; оно обеспечивает моим речам величайшую степень воздействия, и я отправляю всех на собрание, где они становятся массой, хотят они того, или нет. Интеллектуалы и буржуа так же хороши, как и рабочие. Я перемешиваю народ. Я говорю с ним, как с массой".

Серж Московичи, теоретик информациологии, смотрит на эту же проблему массового воздействия сквозь средства массовой коммуникации. Масс-медиа не действуют на отдельного человека прямо, а идут сквозь первичные группы соседей, семьи, друзей, обсуждение с которыми окончательно меняет мнение человека. Однако масс-медиа по мере своего развития вытесняют дискуссионные кружки и беседы, оставляя человека один на один с газетой или телевидением."Устроить овацию, освистать, опровергнуть или поправить, дать реплику на газетную колонку, на изображение, которое появляется на экране, или голос по радио — все это становится невозможным. Отныне мы находимся пассивно в их власти. Мы - в их распоряжении, подчиненные власти печатного слова или экранного изображения. Тем более, что изоляция читателя, слушателя или телезрителя не позволяет ему узнать, как много людей разделяет или нет его мнения".

В любом случае массовое воздействие возможно только с опорой на массовое, а не индивидуальное сознание.

Сегодняшнее коммуникативное пространство характеризуется заимствованием методов, получивших признание как в одном дискурсе, так и в другом. Политики используют инструментарий актеров по завоеванию сердец своего электората. Художественная коммуникация заимствует инструментарий документального модуса. Все подчинено усилению эффективности воздействия, поэтому результативный метод, где бы он ни возник, сразу же применяется в соседних областях.

Сегодняшний мир в сильной степени сформирован массовыми коммуникациями. Политическое или экономическое событие только тогда становится значимым, когда о нем рассказано в средствах массовых коммуникаций. При этом обратим внимание на определенную зависимость: чем значимее эта фигура или структура в реальном мире, тем большее место она должна занимать в потоках информации.

ВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ И СМИ

Вербальная коммуникация носит главенствующий характер в любой области человеческой деятельности. Профессиональное владение речью становится важной составляющей успеха во множестве профессий.

Бернард Шоу, «Пигмалион»: "Женщина, которая издает такие уродливые и жалкие звуки, не имеет права быть нигде... вообще не имеет права жить! Вспомните, что вы - человеческое существо, наделенное душой и божественным даром членораздельной речи, что ваш родной язык - это язык Шекспира, Мильтона и Библии! И перестаньте квохтать, как осипшая курица".

Речь о вербальной коммуникации, а не о текстовой, поскольку текстом сегодня считается единица как вербальной, так и невербальной сферы. У. Эко, к примеру, говорит о тексте в случае любого набора связанных между собой ситуаций. Следователь, расследуя преступление, также имеет дело с текстом, хотя в нем может не быть ни единого слова. Но перед ним именно текст, поскольку он обладает своей собственной внутренней структурой, отличающейся от других. Вербальная коммуникация воздействует на человека на многих уровнях, а не только с помощью содержания. "Успех многих политиков, актеров, деловых людей связан с тембром голоса", - пишет Мэри Спиллейн.

Мы живем в мире слов. В первую очередь паблик рилейшнз уделяет внимание подготовке статей, пресс-релизов, написанию речей. Чарльз Сноу, говоря словами одного из своих героев, пишет:

"На своем веку я составил немало подобных речей и хорошо знал, какое значение придают им парламентские заправилы и промышленные магнаты. Составляешь черновик за черновиком, добиваешься немыслимого, высшего совершенства стиля, какого не достигал и Флобер, читаешь и перечитываешь каждую фразу, чтобы, не дай бог, не сказать лишнего, — и в конце концов по законам бюрократического языка, построенного на недомолвках, любая речь неизбежно становится куда более расплывчатой, чем была в первом наброске. Я всегда терпеть не мог составлять речи для других и в последнее время совсем отделался от этой работы".

При этом надо помнить даже о таких вещах, как будут расположены слушающие. Как пишет Х. Рюкле: "Теснота изменяет душевное состояние. Чем теснее люди друг к другу, тем легче "завести" толпу, сделать ее агрессивной". Есть соответствующие нормы, по которым происходит

общение. Выделены четыре зоны, нарушение которых так же наказуемо, как и любых других норм речи:

- интимная (15-45 см),

- личная: близкая (45-75 см), дальняя (75-120 см),

- социальная (120-360 см),

- публичная (360 см и далее).

Однако мы хотели бы обратить внимание на те или иные оптимальные стратегии вербального воздействия, разрабатываемые в рамках таких наук, как психолингвистика, социолингвистика, теория пропаганды. Исследования показали, что детали политических сообщений через короткое время забываются, но долгое время хранится общее впечатление от сообщения.

Есть также выработанные в рамках психотерапии эффективные стратегии построения доверия. Например, следующее: "Для начала - установить контакт, установить раппорт, встретить пациента в его собственной модели мира. Сделайте ваше поведение, словесное и несловесное, таким же, как у пациента. Я вам примерно это и показывал — депрессивного пациента должен встречать депрессивный врач".

Воздействие осуществляется на каждом из уровней языка, начиная со звукового. Существующая сегодня наука фоносемантика открывает те или иные значения звуков, высчитанные по ассоциациям носителей данного языка. Так, для русского языка гласные получили следующие типы значений:

А — ярко-красный,

О — яркий светло-желтый или белый,

И - светло-синий,

Е — светлый желто-зеленый,

У — темный сине-зеленый,

Ы — тусклый темно-коричневый или черный.

Есть свои шкалы и для согласных, соответствующая формула, сводящая оценки для всего слова в единое целое. К примеру, слова получают следующие оценки (иногда совпадающие со значением, иногда - нет):

взрыв - большой, грубый, сильный, страшный, громкий;

вопль — сильный;

гром - грубый, сильный, злой;

гул — большой, грубый, сильный;

лепет — хороший, маленький, нежный, слабый, тихий;

рык — грубый, сильный, страшный;,

свирель — светлый;

треск — шероховатый, угловатый;

шепот - тихий.

Интересны результаты другого исследования, сопоставившего объем пауз и непосредственно речи в спонтанном и официальном регистрах. Оказалось, что при переходе к официальной речи объем пауз возрастает от 1,3 до 1,8.

МирчеЭлиаде говорит о языке шамана как об имитации криков птиц и других животных:

"Как правило, во время ритуала шаман говорит высоким голосом, используя лишь "головной резонатор", или фальцетом, показывая этим, что говорит не он, а дух или бог. Но необходимо отметить, что такой же высокий голос обычно используется для монотонно-распевного произнесения магических заклинаний. Магический и распевный — в особенности, в птичьей манере исполнения — часто выражаются одним и тем же термином. Германская вокабула для магического заклинания будет galdr, часто употребляемое с глаголом galan, "петь", термин, в основном применяемый в отношении крика птиц".

Типы голосов оцениваются аудиторией как приятные или нет. Так, специалисты по паблик рилейшнз пытались перевести британского премьера Эдварда Хита на говорение голосом, аналогичным тому, которым он говорил в неофициальной обстановке. Для этого скрытно записали его разговор, чтобы продемонстрировать ему его иные возможности. Или вот как французская газета "Экспресс" пишет о турецком премьер-министре Эрбакане: "С притворной небрежностью хитрого торгаша на стамбульском базаре Эрбакан способен кого угодно заворожить своим певучим голосом, угощая приглашенных вишневым соком". Поскольку Сталин не переносил шума воды, фонтан во внутреннем дворике его дачи в Сочи пришлось засыпать, а на его месте посадили пальму. Мэри Спиллейн иронически спрашивает: "Была бы Мерилин Монро такой же сексуальной, если бы у нее был голос Хиллари Клинтон?". Она же упоминает о том, что 38% впечатления, которое вы производите на окружающих, зависит от вашего голоса.

Переходя к словесному уровню, обнаруживаются иные коммуникативные особенности. Так, анализ выделения ключевых слов для описания сюжета сказки "Муха-Цокотуха" показал следующее:

"Два первых эпизода, являющихся завязкой и занимающих в сказке всего лишь 4 строчки (около 4% текста), переданы 110 ключевыми словами в ответах испытуемых(это 60% всех ключевых слов из "другой половины" - самовар, базар, денежка и др.), а все изложение дальнейших событий (121 строчка) передано лишь 72 ключевыми словами, особенно пострадали при компрессии эпизоды Нападение и Веселье. Самые длинные, многословные в тексте сказки, они оказались беднее всего представленными в наборах ключевых слов".

Отсюда можно сделать существенный вывод: значимым (воздействующими и теми, что останутся в памяти) является лишь незначительное количество ключевых слов, на которые и следует обратить основное внимание.

Отдельной областью становится определение трудности восприятия текста (так называемые формулы читабельности). Формула читабельности Р. Флеша имеет следующий вид: $X = 206,48 - 1.015Y - 0.846Z$, где X — оценка трудности текста для среднего взрослого читателя, Y — средняя длина предложений в словах, Z — число слогов на 100 слов текста.

Оценка 100 говорит о том, что человек с минимальным уровнем образования сможет ответить на три четверти вопросов по тексту, оценка 0 — текст доступен лишь узким специалистам, оценка 60 — текст стандартный по трудности для среднего читателя. Формула Флеша появилась в 1943 г., после этого Ассошиэйтед Пресс в 1948 г. проверяли на трудность выпускаемые ими материалы. Наши авторы проанализировали имеющиеся формулы читабельности, созданные для английского языка, и выделили следующий набор факторов, учитываемый ими:

1) процент слов в тесте, содержащих больше 3 слогов;

2) средняя длина предложений в слогах;

3) процент не повторяющихся в тесте слов;

4) число слогов на 100 слов текста;

5) процент односложных слов;

6) процент слов в 3 слога и больше;

7) средняя длина предложений в словах;

8) процент слов, вошедших в список 30 000 наиболее часто употребляемых слов английского языка. Предлагаемая формула имеет следующий вид: $X = 0{,}62Y + 0{,}123Z + 0{,}051$, где X — оценка трудности текста, Y — средняя длина предложений в словах, Z — процент слов, имеющих больше трех слогов. Однако набор вербальных характеристик достаточно широк, и для составления имиджевой биографии лидера большую роль может сыграть отбор определенных поступков, включенных затем в нее. Так, к примеру, работали сотрудники Никсона, подбирая те или иные ситуации, пытаясь проиллюстрировать нужные характеристики (типа смелости, юмора и т.д.). Современные научные исследования также позволяют найти ту или иную мотивировку, которая стоит за поступком. В одном из исследований дети шести-семи лет оценивали сказочные персонажи по ряду следующих качеств: верный друг, аккуратный, шалун, добрый, умный, веселый, хитрый, неряха и т.п. Выводы интересны и для политической коммуникации: "Если для менее развитых в этой сфере детей герой, оцениваемый как "плохой", получал автоматически и оценки "трусливый", "глупый", "неаккуратный", то более развитые дети понимали, что герой может быть плохим, но, например, "смелым", как лиса Алиса или кот Базилио, или "аккуратным", как Снежная королева". Несомненно, что массовая психология явно смещена в сторону менее развитых детей, стремясь к простому, черно-белому восприятию мира.

Т.А. ван Дейк, анализируя проявления идеологии в вербальных структурах, отмечает: "Идеологии должны воплощать социальное знание и мнения /…/ это не перечни норм или ценностей".

Они принимаются группами, имеющими общие цели и интересы. Содержание идеологии организовано так, что оно включает ту социальную информацию, которая направлена на защиту этих целей и интересов". Исследователь анализирует как прессу, так и сферу повседневного общения, поскольку темы, которые завуалированы в публичном дискурсе, проявляются в более откровенной форме в повседневных разговорах.

В другой своей работе Т. ван Дейк приводит примеры того, как грамматические возможности языка используются для приглушения отрицательной роли правящей элиты. В заголовке "Policekillsdemonstrator" — "Полиция убивает демонстранта" — полиция стоит на первом месте, что указывает на роль деятеля. В пассивной конструкции

"Demonstratorkilledbypolice" — "Демонстрант, убитый полицией" — полиция также в роли деятеля, но на первое место уже вынесен сам демонстрант. В предложении "Demonstratorkilled" - "Демонстрант убит" — есть и значение "Демонстрант убил", полиции вовсе отдана имплицитная роль.

Владение речью становится важной профессиональной составляющей человека. В США результаты социологического опроса бизнесменов о том, какие качества кандидатов они ценят больше всего, показали, что на первом месте стоит способность к устной коммуникации (83%). Далее следуют: чувство ответственности (79%), собранность, внутренняя дисциплина (65%), энергичность (53%), организаторские способности (42%), внешние данные (30%), инициативность, творческий элемент (19%)". Другие важные сведения показывают зависимость восприятия вербального сообщения от иных компонентов: "Эмоциональная оценка сообщения на 55% зависит от мимики докладчика, на 38% от фонетико-артикуляторных свойств речи и только на 7% — от лексического наполнения доклада".

Элери Сэмпсон приводит результаты исследований, в соответствии с которыми определены характеристики, позволяющие нам принимать решение о человеке при первой встрече: содержание — 7%, голос - 38,0%, внешность - 55,0%.

Не только язык одежды, но и те или иные характеристики голоса становятся основными для нашего решения, "кто есть кто" перед нами. Она же приводит факторы, работающие на ваш имидж:

10% - то, как вы делаете свою работу; 30% — имидж и личный стиль;

60% — открытость и заметность (кто знает вас, какая у вас репутация, ваши контакты и признанные достижения).

Владение публичной речью стало важным компонентом общественной жизни со времен античности. И Демосфен, имевший исходно не только физические недостатки, но и изъяны произношения, вывел эту профессионализацию на новый уровень.

"Занимаясь с редкой энергией соответствующими упражнениями, Демосфен дисциплинировал свой язык и свое дыхание, а также свое плечо, пораженное тиком. Его первые речи вызывали смех у народа; однако он вскоре стал оратором, которого в народном собрании слушали более, чем кого-либо другого".

Таким образом, вербальная коммуникация формирует основные компоненты коммуникативного пространства.