

УДК 811 + 002. 703.0  
ББК 80 + 76.120.8

**Ирина Викторовна Ерофеева,**  
доктор филологических наук, доцент,  
Забайкальский государственный университет  
(672039, Россия, г. Чита, ул. Александро-Заводская, 30)  
e-mail: irina-jour@yandex.ru

### Энергообмен в пространстве современного медиатекста

В статье подчёркивается актуальность исследований эффективного языкового потенциала современного медиатекста, способного обеспечить массовые эффекты реагирования со стороны аудитории. Пространство медиатекста закрепляет энергию индивидуального и коллективного сознания. Энергетическая циркуляция медиапроизведения осуществляется в процессе текстообразования и текстовосприятия. Предлагается анализ основных элементов энергетического потенциала медиатекста, который градуируется характеристикой субъектов – создателя произведения и потребителя, преобразователя его энергетических ресурсов. Показана, согласно закону сохранения и превращения энергии, схема её движения от автора к читателю, слушателю, зрителю. Дана краткая характеристика внешним и внутренним факторам круговорота энергии медиатекста. Внутренние факторы отражают личностный потенциал автора и потребителя: познавательную и оценочную деятельность с помощью определённых конструктов, уровень самооценки, тип сознания (аналитический, художественный), вид потребностей, степень креативных возможностей, преобладающий тип восприятия (аудиальный, визуальный, кинестетический), длину временной перспективы личности (продолжительную или короткую), позволяющую сталкивать разные темпомиры. Внешние факторы определяют эксплицитные условия наращивания или обеднения энергии медиатекста, демонстрируют условия его репрезентации: технологический инструментарий, жанрово-форматные характеристики, критерии сложности и прозрачности текста, контекст и атмосферу восприятия медиапродукта. Внешние и внутренние факторы либо приумножают энергетический накал произведения, либо обедняют его, конструируя самобытный ритм пульсации энергии субъекта и текста. Пространство медиапроизведения, репрезентирующее национальную модель мира, является априори рейтинговым, способствует приумножению энергии, поддерживает стабильные смыслы культуры, закреплённые в тексте.

**Ключевые слова:** медиатекст, эффективность, энергия текста, энергообмен, национальная модель мира, репрезентация.

**Irina Viktorovna Erofeeva**  
Doctor of Philology, Associate professor,  
Transbaikal State University,  
(30 Alexandro-Zavodskay St., Chita, Russia, 672039)  
e-mail: irina-jour@yandex.ru

### Energy Exchange in the Space of Contemporary Media Text

The paper emphasizes topicality in research of effective language potential of modern media text providing mass response effects from the audience. The space of media text consolidates the energy of individual and collective consciousness. Energy circulation of media text is realized in the process of text formation and text perception. The author suggests analysis of the basic elements of media text energy potential characterized by its subjects – media text creator and consumer, its energy resources converter. The scheme of energy motion from author to reader and the audience is shown according to the law of energy conservation. A brief characteristic of external and internal factors of media text energy circulation is given. Internal factors reflect the author's and consumer's personality potential: cognitive and evaluative activity with the help of certain constructs, self-assessment level, consciousness type (analytical, creative), type of needs, extent of creative capabilities, dominant type of perception (auditory, visual, kinesthetic), length of personality's time perspective (long-term and short-term) which allows bringing together different tempoworlds. External factors determine explicit conditions of accumulation or depletion of media text energy, demonstrate its representation conditions: technological tools, genre-format characteristics, criteria for text complexity and transparency, context and atmosphere of

media product perception. External and internal factors can both enrich or deplete the work energy tension constructing original rhythm of the subject and the text energy pulsation. The space of media text reflecting the national model of the world is a priori rating, it facilitates energy accumulation and maintains stable cultural meanings imprinted in the text.

**Keywords:** media text, effectiveness, energy of the text, energy exchange, national model of the world, representation.

*Энергия* (в знач. «решительность, настойчивость, активность, рвение в действиях») – одна из самых популярных лексем современного медиапространства. Устойчивый ассоциативный медиафон данного слова аккумулирует различные по семантике словосочетания: энергия солнца/ жизни/ расцвета/ поисков/ заблуждений/ Кавказа/ сотрудничества/ комсомола/ продуктов<sup>1</sup>. Признаковые составляющие энергии заполнены положительными коннотациями: позитивная, божественная, жизнеутверждающая, белая, чистая, молодая. Сопровождающие лексему глагольные формы подчёркивают необходимость указанного состояния: не хватает энергии – получить энергию – зарядиться энергией – повысить энергетический накал – беречь энергию (сформировавшийся шаблон в репортажах Олимпийской игр).

Коррелятом слова *энергия* все чаще выступает *драйв* как крайняя форма (ср.: удар) проявления энергии человека, состояние его приятного возбуждения и удовольствия. Вербализация драйва акцентирует перемещение по границе дозволенных ощущений: драйв метафизический/ сумасшедший/ веселый/ хулиганский/ детективный/ буйный/ безбашенный/ экзотический/ болезненный/ нечеловеческий и т. д.

Спектр ключевых интересов современного человека, несомненно, включает когнитивную модель *энергии*, что естественно определяет и востребованность данного конструкта в поле основных характеристик актуального медиатекста.

В эпоху рыночных взаимоотношений и пристального внимания к рейтинговым показателям продукта СМИ обнажаются противоречивые вопросы неоднозначного внимания к энергетическим ресурсам медиатекста. Почему один и тот же текстовый объект, ориентированный профессионалами на массовую аудиторию, способен вы-

зывать либо полярные интерпретации и отношения, либо сохранять нечто общее, столь пристально манящее массового человека. Ответ, на наш взгляд, лежит в плоскости философско-физических рассуждений и напрямую связан с мощной – соблазнительной или вялой энергией медиапроизведения.

Текст, сотканный из слов и речи, призван выполнять энергетическую функцию. Вербализация смысловой работы человека по упорядочиванию знаний «отнимает» его энергию. Пространство текста заряжено индивидуальным и коллективным сознанием. Язык является познавательным механизмом и когнитивным инструментом, в котором закреплены результаты ментальной деятельности человека и основные коды культуры. Слово – «дом бытия духа», оно рождается в энергетическом поле сознания и откладывается в модели мира человека. Эффективность медиапроизведения, степень его воздействия обусловлены возможностью автора и читателя войти в прототекст, в изначальный текст культуры, конденсирующий (М. Ю. Лотман) её память. Национальная модель мира автора медиапроизведения определенным образом структурирует окружающий мир. В рамках когнитивной лингвистики глобальной единицей мыслительной деятельности человека выступает концепт как «единица коллективного знания/сознания» (С. Г. Воркачев), позволяющая обрабатывать, хранить и передавать ментальную информацию, закреплённую в определенной культуре.

Медиатекст концентрирует и оживляет энергию в режиме, как минимум, двух процессов: текстообразования и текстовосприятия, которые соединяют энергии автора и читателя (слушателя / зрителя). Медиатекст – субстанция сотворенная и творимая, его энергетический потенциал расслаивается и надстраивается во времени и пространстве. Культурные объекты существуют по тем же принципам, согласуемым которым протекают процессы в природе. На основании закона термодинамики

<sup>1</sup> Здесь и далее результаты контент-анализа более 70 текстов периодических изданий: «Комсомольская Правда», «Аргументы и Факты», «Известия. РУ», «Новая газета», 2013–2014 гг.

энергия сохраняется, она не исчезает, а превращается из одной в другую. Тотальная рецепция – энергообмен в процессе существования медиапроизведения зависит от ряда внешних и внутренних факторов, градирующих источники энергии текста и их качества.

Автор привносит активную формирующую энергию индивидуального духа и общественного разума. Потенциал культуры даёт энергию «со стороны», но вносится личностью – творцом, что позволяет сохранить долгоиграющий энергетический уровень текста, названный Д. С. Лихачёвым «световым излучением личности творца» [5, с. 82–84]. Личность автора генерирует смыслы, суммирует внешний источник энергии и когнитивные конструкты напряженной мыслительной деятельности.

Внутренние факторы демонстрируют содержательный потенциал личности автора, а именно: 1) интеллектуальные возможности автора определяют количество вложенных ментальных усилий субъекта. Модус и способность переживания фактов и явлений даёт чёткий градус резонирования на «голоса жизни», в результате рождается либо «вялый текст», либо наполненный гротесковым рефлексированием, обогащённым образными откликами и яркой субъективной оценкой;

2) адекватный уровень самооценки автора позволяет насытить текст объёмным энергетическим накалом, впечатляющей силой высказывания. Напротив, низкая самооценка значительно обедняет энергетический потенциал медиапроизведения, так как автор в процессе интерпретации фактуры сдерживает возможность оригинального и самобытного подхода;

3) энергетические характеристики текста зависят также от типа сознания автора (аналитического или художественного). Наиболее эффективным с точки зрения энергетического восполнения текстового пространства является художественный тип. Он обогащает текст ярким ассоциативно-смысловым наполнением, многочисленными экспрессивно-оценочными коннотациями. Медiateкст начинает резонировать дополнительными мотивами и художественными рядами. Эмотивные доминанты произведения поддерживаются его эстетическими ха-

рактеристиками и элитарным дарованием автора, позволяющим создавать особый психоэстетический фон медиатекста.

К внешним факторам энергии текста возможно отнести, в первую очередь, его техническую поддержку, способную насытить резонансы массовыми откликами. Технические основания связаны со знаковым наполнением канала коммуникации. Наиболее энергетически интенсивными являются электронные СМИ, работающие с различными уровнями «захвата аудитории»: убеждение как воздействие в рациональных формах через предлагаемую информацию и подразумевающее сознательное согласие с ней; внушение как эмоционально-волевое неаргументированное воздействие через передачу и принятие не критически воспринимаемой информации; заражение как передача и бессознательное усвоение определённого психического состояния; идентификация как воздействие через демонстрацию конкретных и наглядных образцов мышления и поведения.

Технологический фактор объединяет многочисленные приёмы вербального и невербального привлечения внимания и воздействия на психику массового человека. Так, вербальные техники создания «эффекта присутствия» задействуют сенсорную энергию (цвет, звук, осязание, запах: «При входе самолета в грозовое облако по стёклам побежали, извиваясь, фиолетовые искры»; «Узкая штольня. Воздух почти осязаем, так как он насыщен влагой»; «Фермер, присутствовавший в зале суда, в знак одобрения громко щёлкнул своими красными подтяжками»; «Снаряды неслись в темноту, будто распарывали над головой кусок натянутого холста», «запах крови», «запах жареным»). СМИ используют также фоновое воздействие или эмоциональную подстройку: мелькание кадров, создающее эффект документальности происходящего, звуковое оформление (музыка, увеличение звукового сигнала), громкие аплодисменты, смех, плач и др. Сенсорные энергемы вводят медиапотребителя в «транс и забытьё», способны перемещать ощущения человека во времени и пространстве.

Приумножение энергии текста за счёт данного ресурса, как правило, срабатывает лишь в режиме повтора. К показателям энергии текста, как открытой системы,

способной воздействовать на субъект, относятся также жанр и формат, глубина интерпретации фактов, критерии сложности и прозрачности текста. Например, информационные жанры, использующие логико-понятийный аппарат, являются менее энергоемкими, нежели художественно-публицистические жанры, насыщенные сложным, понятийно-образным отражением действительности и ориентированные на эмоциональное воздействие.

Следующий субъект процесса круговорота энергии – читатель/ слушатель/ зритель – представляет собой своеобразный одушевленный преобразователь энергетических ресурсов текста. Вступая в процесс интерпретации и дешифровки, потребитель заявляет себя как активный участник энергийного пространства медиапроизведения. М. М. Бахтин называл текст «плотью общения». «Событие жизни текста всегда разыгрывается на рубеже двух сознаний, двух субъектов», – писал исследователь [1, с. 311]. Текст, являясь информативной единицей «в действии», не существует вне сознания: создающего и воспринимающего, он характеризуется двунаправленностью: на автора и на читателя/ слушателя/ зрителя. Текст, как смыслопорождающий механизм, выступает в качестве посредника между коммуникантами, передавая информацию от одного сознания к другому. «Автор навязывает аудитории природу ее памяти, – отмечал Ю. М. Лотман, – с другой стороны, текст хранит в себе облик аудитории» [6, с. 166]. В указанном контексте субъект встраивается во взаимодействие и диалог с автором, он продолжает создавать, приумножая производительную силу текста. Интерпретация и понимание, по утверждению Н. А. Кузьминой, – функция времени. Как нельзя войти в одну реку дважды, так и не возможно однолинейно трактовать текст в различные временные отрезки жизни человека [4, с. 67–93].

Внутренние факторы преобразования энергии текста раскрывают личностные механизмы работы с энергией: 1) познавательная и оценочная деятельность осуществляется с помощью когнитивных и конструкторов читателя/ слушателя/ зрителя – алгоритмов восприятия и обработки информации. Человек как преобразователь информации, согласно имплицитной

теории личности Дж. Келли, создаёт свою картину мира Степень ментально-физиологической активности потребителя либо преумножает энергию текста, либо обедняет её. Расшифровка медиапродукта обусловлена личностными смыслами и интеллектуальными ресурсами субъекта.

Адекватность понимания медиапроизведения демонстрирует, говоря языком Ю. М. Лотмана, «диалект памяти» человека. Если текст достаточно прозрачен для потребителя, если он равен его картине мира, срабатывает резонанс – совпадение ритмов автора и читателя. В обратном случае мы сталкиваемся с тем, что названо в когнитивной психологии «когнитивным диссонансом» (неприятием и отторжением медиапродукта). Так, ориентация на национальные представления аудитории суммирует энергию читателя и автора текста. Наоборот, игнорирование ментальности потребителя запускает эффект бумеранга, текст «уходит» к автору нераспечатанным и энергетически нераскрытым. Также нахождение отрицательного и положительного фактов в одном потоке сбивает энергетическую активность реципиента, он перестаёт реагировать на информацию (например, в рамках одного сюжета присутствуют бомбёжки города и гуманитарная помощь, сброс продуктов с самолета);

2) познавательный фактор неотъемлемо связан с креативностью реагирования, с «разумением по-своему» (А. А. Потемкина). Нешаблонная рефлексия поддерживает динамичность медиатекста, неокончателность, продолжаемость его энергетики, способствует созданию дополнительного контекста. Активная интерпретация обнажает энергообмен текстов автора и читателя, работу по генерации смыслов;

3) преобладающий тип восприятия (аудиальный, визуальный, кинестетический) демонстрирует преумножение текстовой энергии в зависимости от канала коммуникации, в котором размещено медиапроизведение, и типа используемых семиотических знаков. Однако современный массовый человек, будучи носителем клипового сознания, предпочитает мультимедийные форматы: Интернет и ТВ;

4) длина временной перспективы личности читателя определяет вариативность существенных характеристик и времени воз-

действия. Продолжительная временная перспектива задействует различные модули бытия (прошлое, настоящее, будущее) и широкий континуум, энергия текста умножается и застывает в медленном притоке. Поддержка энергетического потенциала осуществляется первоначально за счёт выбора медиатопики, тематических приоритетов и потребностей читателя. Короткая временная перспектива даёт сиюминутную эмоциональную вспышку, положительные энергетические эффекты текста долго не задерживаются в памяти человека, замотивированного на сенсорные тексты и лёгкие смыслы.

Медиатекст сталкивает разные темпы, одинаково характерные для дихотомической модели мира носителя российского менталитета. «В этом несоответствии природной реальности русского ментального пространства и духовных глубин христианского вероучения – тяжелая мифологическая проблема», – замечает С. А. Глузман [2, с. 42]. Поэтому вполне оправдан тот факт, что в метатексте современных СМИ склонность российского сознания к постоянной духовной рефлексии активизируется и усугубляется техниками сенсорного воздействия. Эмоциональный мир – важная сфера в процессе «захвата аудитории». Чувства подвижны и податливы, в области сенсорики легко создавать цепную реакцию, так как эмоциональным порывам свойственен эффект заражения;

5) преобладающие потребности субъекта реагирования на медиатекст (прагматические или духовные) градируют выбор того или иного произведения и степень энергетического отклика. Объёмная сила энергии субъекта восполняет недостаток энергии текста или, наоборот, скудность энергетического содержания субъекта способна «убить» энергетический потенциал медиапроизведения.

Внешние факторы интерпретации медиатекста определяют эксплицитные условия наращивания или обеднения его энергии: 1) окружение потребителя (родственники, сверстники, процесс социализации индивида); 2) атмосфера восприятия медиатекста (комфортабельное или аскетичное – сдерживающее пространство; естественные или искусственные условия; кризисная,

депрессивная или гармоничная ситуация); 3) формат медиатекста (художественный, документальный, игровой).

И внешние, и внутренние факторы либо организуют приток энергии в текстовое пространство, либо уменьшают его энергетический потенциал, тем самым создавая собственный ритм пульсации энергии субъекта и текста.

Так называемые «рейтинговые медиатексты» по энергетическому потенциалу являются одновременно сильными и, с точки зрения когнитивной лингвистики, ядерными, так как задействуют смыслы прототекста (мифологического или первоначального текста культуры, актуального без относительно к социальному статусу потребителя). Тексты, встроенные в традиционную систему ценностей, постоянно отдают энергию, увеличивая энергетическую ёмкость первичного текста. Идеальным вариантом для медиапроизведения является возможность пульсации энергии текста, автора и читателя, дающая «спонтанное многократное её усиление» [4, с. 69]. Процесс превращения энергии из одной формы в другую при переходе от автора к интерпретатору медиатекста сопровождается необходимым для эффективной журналистики и пиара рассеиванием энергии во времени и пространстве.

Итак, энергия медиатекста объединяет основные параметры индивидуального и коллективного сознаний, демонстрирует энергетический накал создателя и драйв интерпретации читателя/ слушателя/ зрителя, она обусловлена многочисленными внешними и внутренними факторами. Анализ энергии медиапроизведения позволяет артикулировать действие закона «сохранения и превращения энергетики произведения» [4, с. 77]. Заложённая в текст энергия не исчезает, она вступает в процесс круговорота от акта сотворения текста до акта его творения и прочтения. Текст разворачивается в континууме через резонансные генерации, он суммирует энергию, идущую от автора и интерпретатора. Единство ментальных моделей автора и читателя способствует не только приумножению энергии текста, но и инициирует поддержку стабильных смыслов культуры, закреплённых в тексте.

**Список литературы**

1. Бахтин М. М. Литературно-критические статьи / Сост. С. Бочаров и В. Кожин. М.: Худож. лит., 1986. 543 с.
2. Глузман С. А. Ментальное пространство России. СПб.: Алетейя, 2010. 332 с.
3. Карасик В. И. Языковые ключи. М.: Гнозис, 2009. 406 с.
4. Кузьмина Н. А. Интертекст: тема с вариациями. Феномены культуры и языка в интертекстуальной интерпретации: монография. Омск: Изд-во Ом. гос. ун-та, 2009. 228 с.
5. Лихачёв Д. С. О филологии. М.: Высш. Шк., 1989. 208 с.
6. Лотман Ю. М. Статьи по семиотике и типологии культуры // Избранные статьи (в 3 т.). Т. 1. Таллин: Александра, 1992. 479 с.
7. Мамардашвили М. К. Мой опыт нетипичен. СПб.: Азбука, 2000. 400 с.
8. Потебня А. А. Полное собрание трудов: мысль и язык. М.: Лабиринт, 1999. 300 с.

**References**

1. Bakhtin M. M. Literaturno-kriticheskie stat'i / Sost. S. Bocharov i V. Kozhinov. M.: Khudozh. lit., 1986. 543 s.
2. Gluzman S. A. Mental'noe prostranstvo Rossii. SPb.: Aleteiya, 2010. 332 s.
3. Karasik V. I. Yazykovye klyuchi. M.: Gnozis, 2009. 406 s.
4. Kuz'mina N. A. Intertekst: tema s variatsiyami. Fenomeny kul'tury i yazyka v intertekstual'noi interpretatsii: monografiya. Omsk: Izd-vo Om.gos. un-ta, 2009. 228 s.
5. Likhachev D. S. O filologii. M.: Vyssh. Shk., 1989. 208 s.
6. Lotman Yu. M. Stat'i po semiotike i tipologii kul'tury // Izbrannye stat'i (v 3 t.). T. 1. Tallin: Aleksandra, 1992. 479 s.
7. Mamardashvili M. K. Moi opyt netipichen. SPb.: Azbuka, 2000. 400 s.
8. Potebnya A. A. Polnoe sobranie trudov: mysl' i yazyk. M.: Labirint, 1999. 300 s.

*Статья поступила в редакцию 01.03.2014*