

СО ДОМ-2 И ГОМОПРА

ЗАРУБЕЖНЫЕ НОВОСТИ

БУША НЕ ЖДАЛИ В ЮЖНОЙ КОРЕЕ

Президент США Джордж Буш побывал в Южной Корее с двухдневным визитом в рамках своего азиатского турне.

Главу американского Белого дома в Южной Корее встретили массовыми антиамериканскими выступлениями. Люди выражали недовольство возобновлением импорта американской говядины. Протестующие опасаются, что мясо заражено коровьим бешенством. Южнокорейцы скандировали: «Буша — вон!» и размахивали транспарантами.

Произошли столкновения с полицией, десять человек были арестованы.

ПРЕЗИДЕНТ АЗЕРБАЙДЖАНА ПРОТИВ КУЛЬТЫ ЛИЧНОСТИ

Ильхам Алиев потребовал снять все свои портреты, вывешенные на улицах городов страны.

По мнению главы государства, в этом нет необходимости: если народ Азербайджана ему доверяет, то он будет переизбран на второй срок.

Президентские выборы пройдут 15 октября. Документы на участие в них уже подали 11 претендентов, в том числе действующий глава государства, которого выдвинула кандидатом на пост президента страны правящая партия.

АМЕРИКАНЦЫ ОБЕЩАЮТ «ВЗОРВАТЬ МОЗГ»

Америка изобретает все более изощренные виды оружия борьбы с терроризмом. Теперь одна из крупнейших американских корпораций объявила о готовности начать производство нового типа акустического оружия под названием MEDUSA.

В новом оружии используется аудиоэффект микроволн. Короткие импульсы микроволнового излучения нагревают внутреннюю ткань головы человека, вызывая серии импульсов, которые воздействуют на человека как громкоговоритель, так и раздражающим характером звуков. При этом обычные средства аудиозащиты, защищающие наружные слуховые каналы, не работают.

АРХЕОЛОГИ НАШЛИ ШЕКСПИРОВСКУЮ СЦЕНУ

Археологи обнаружили на востоке Лондона один из первых театров, в котором предположительно могли быть поставлены первые пьесы Шекспира.

Археологи знали о существовании первого в Лондоне театра, который назывался просто «Театр», но не имели никаких карт или указателей его местоположения. Неожиданно во время гаражных строительных работ была обнаружена старая кирпичная кладка, относящаяся к XVI веку. Угол между стенами свидетельствует, что целое здание имело многоугольную форму.

Археологи исследовали древнюю кладку и пришли к выводу, что это остатки того самого «Театра», который был построен в Шордиче в 1576 году. Считается, что на его сцене Шекспир впервые поставил свои ранние пьесы, такие, как «Ромео и Джульетта» и «Ричард III». Затем, в 1599 году, «Театр» переехал на южный берег Темзы и стал знаменитым «Глобусом».

НАРКОТИКИ В БАНКАХ С ПОМИДОРАМИ

12-месячное расследование, проводимое австралийской федеральной полицией, помогло перекроить самый крупный наркотрафик в мире.

Крупнейшая за всю историю наркотогови партия, содержащая более 15 миллионов таблеток экстази на сумму около 440 миллионов долларов, была обнаружена в контейнере, прибывшем в австралийский Мельбурн из Италии. Наркотики были тщательно замаскированы под банки с помидорами.

Сразу после перехвата была подготовлена операция по выявлению всех членов преступной цепи. В течение года удалось арестовать 15 человек.

Более того, ранее в этом году в ходе расследования была конфискована партия кокаина общим весом в 150 кг.

ДЕНЬ РОЖДЕНИЯ ШАМПАНСКОГО

Несколько дней назад во Франции отметили очередную годовщину изобретения шампанского — дитицу французского монаха Пьера Периньона исполнилось 315 лет.

Название напитка «шампанское» происходит от названия французской провинции Шампань, где жил монах Пьер Периньон, который первым попытался управлять таинственными процессами брожения. Он смешивал вина из винограда с разных участков, получая кюве (от французского «cuvée» — шампанское из смеси разных вин) с богатым букетом. И однажды его многочисленные исследования и эксперименты, продолжавшиеся почти 50 лет, увенчались успехом.

По сообщениям информагентств.

Потерю кошелька, телефона, машины вы заметите сразу. Потерю же своих детей вы можете не заметить. Умелые манипуляторы на ТВ медленно — изо дня в день — разрушают их ментальность, подменяют героев, модель поведения, утверждают притягательность зла и безразличности...

КТО ГОТОВ К ДЕГРАДАЦИИ?

Только корыстными интересами, коррупцией или малообразованностью можно объяснить поразительные высказывания профессионалов от современного искусства и СМИ о якобы свободном, ничем не управляемом развитии средств информации и неконтролируемом их содержании. Проводится мысль о том, что единственной «священной короной» на телевизионной острове и должен быть рейтинг, то есть число зрителей, привлеченное к экрану той или иной телепередачей. А, мол, не нравится передача — не смотри.

Между тем с древнейших времён искусство является средством социального управления. Это было хорошо известно ещё Платону и Аристотелю, описавшим способы такого воздействия. От наскальной росписи, заволаговывающего ритма бубенчиков шамана до гипнотического мерцания телеэкрана — таков исторический диапазон средств массовой коммуникации и одновременно средств управления, где искусство занимает главенствующие позиции. СМИ могут менять представление человека о мире и социальной реальности, направлять взгляды людей в нужное русло, унифицировать их. Особенно велико влияние СМИ на детей. Они ещё неспособны критически мыслить и воспринимают любую информацию как реалистичную.

Прежде в средствах информации на некоторые стимулы, имеющие рефлекторное воздействие, было наложено табу. Речь идёт о сексуальном стимуле и стимуле отвращения. Сексуальный образ, появившийся на банке ли пива или в рекламе товара, обуславливает его, делает притягательным. Таким образом можно придать притягательность любой идее, предмету, человеку. При помощи физиологического стимула отвращения, напротив, можно отвадить потребителя от любых нежелательных для манипулятора идей или действий.

Одно из ключевых образований информационного пространства — образ героя, модель поведения. Люди склонны подражать героям, обладающим привлекательными качествами, и их поведению, даже если оно контропродуктивно. Таким образом, рефлексия, возникающая по поводу действий привлекательного героя, может привлечь социуму любую идеологию.

Говоря о моделях, ставших предметом рефлексии социума в последние десятилетия, к сожалению, приходится говорить именно об их дезинтегрирующей роли. СМИ и искусство нового времени формируют:

- агрессивное, асоциальное, девиантное поведение;
- модель поведения потребителя наркотиков;
- идеологию релятивности и рекреативного секса (технология демографического сдерживания);
- субкультурные группы, в том числе фашистского толка.

Недавнее исследование материалов телепередачи «Дом-2», проведённое группой экспертов, подтверждает активное распространение этих деструкций. Приведём некоторые фрагменты этого исследования.

«ДОМ-2», ИЛИ ИСКУССТВО МАНИПУЛИРОВАНИЯ

Дискредитация социально-культурных феноменов — один из постоянных действующих механизмов этого проекта. Это достигается путём формирования крайнего негативного восприятия ценностных явлений (понятий). Например, в одном из эпизодов Степан ковыряет в носу, после чего следует его страстный поцелуй с Викторией Боней. Подобными манипуляциями в течение короткого времени можно легко внедрить в сознание молодых зрителей отвращение не только к поцелуям, но и вообще к возвышенным чувствам. Например, в эпизоде «Степа репетирует песню для Вики Бони» во время исполнения песни о лебединой верности, символизирующей верность влюблённых, в нижнем углу кадра появляется изображение яростно отпугивающей парочки в нижнем белье. Это не что иное, как манипулятивный приём соединения противоположного аудио- и видеоряда. Он приводит к

нивелированию воздействия песни, к дискредитации образа «лебедь» как символа верности и любви. Ещё раз этот образ целенаправленно скомпрометирован в эпизоде, где при помощи куриных перышек изображения змей на крыше домика превращаются в пародийные изображения лебедей.

Дискредитация понятия «брак» продолжена образом назойливой Насти Дашко, одержимой идеей замужества. Благодаря простой манипуляции (образ обусловлен стимулом отвращения) рефлекторное отвращение распространяется и на понятие «выйти замуж»: «Настю, которая козыряла ела, показали на всю страну».

Линии дискредитации женского и мужского образов, понятий «семья», «дети», «верность», «счастье» продолжены в программах, сопутствующих телепроекту «Дом-2».

Программа «Ребенок-робот» — всего два дня наедине с младенцем! — внушает страх перед детьми и трудностями воспитания, прививает подсознательный ужас деторождения, представляя младенца в виде отвратительного создания. Программа «Настоящий мужчина» демонстрирует трудности и ужасы беременности, дискредитирует многодетность. Программа «Клуб бывших жен» тиражирует по стране драматические истории неудачных замужеств.

ЕСЛИ ВЫ МОЛОДЫ И ДОВЕРЧИВЫ...

Анализ содержания рекламных

СПРАВКА

«Искусство воздействует на чувства, а через чувства — на социальную жизнь людей», — писал Питирим Сорокин. В современной психологии и социологии СМИ подробно описаны способы такого воздействия:

1. Поведенческие последствия. Согласно теории социального научения как дети, так и взрослые приобретают определённые установки, осваивают эмоциональные реакции и новые типы поведения путём моделирования поведения кино- и телегероев.
2. Установки. При помощи классического обуславливания можно наделить любого человека или предмет неодолжимой притягательностью или отталкивающей святости.
3. Когнитивные последствия. Новые знания изменяют мышление.
4. Физиологические воздействия. Изменения частоты сердцебиения, электрохимических характеристик кожи, учащение дыхания и изменение ориентировочного рефлекса, блокирование альфа-волн, испускаемых мозгом.

роликов, размещённых в телепередаче «Дом-2», показывает, что целевыми зрительскими аудиториями программы являются демографические секторы 12—18, 18—25, 25—40 лет. Это подростки, молодые люди, женщины средних лет (домохозяйки). В проекте используется активная половая стимуляция, вовлекающая зрителя в зависимость от телепередачи — сексуального раздражителя. Рекламная информация о «Доме-2» перенасыщена эротическими фотографиями, фотосессиями, любовными и постельными историями, описанными в подробностях.

Для соблюдения внешних приличий промоутерами часто используется приём «кто-то украл» (фильмы)-и-поместил-в-Интернет». «Эротические кадры с нашими фотографиями в Лазаревском выкинули на общий сайт. Ребята, кто-нибудь признается, кто это сделал? Это наш со Степой отпуск», — жалуется Алёна Водонаева.

Однако этот приём уже использовался авторами проекта в эпизоде с порнозвездой Е. Берковой и, совсем недавно, с ведущей К. Собчак.

В систему продвижения проекта входит привлечение телезрителя в качестве потребителя продукции для мобильных телефонов и одновременно косвенного пропагандиста гимна, персонажей, идеологии «Дома-2» среди своих ровесников:

«Любишь «Дом-2»? Хочешь поговорить об этом? Звони...».

«Герои «Дома-2» разыграют твоих друзей. Звони...».

Предусмотрено вовлечение подростков-зрителей в действие телепрограммы «Дом-2», вплоть до полной идентификации с персонажами и самореализации в ка-

честве одного из телеобразов: «Стань участником «Дома-2», звони...».

Кастинг в «Доме-2» на mail.ru. Зайди на... Участвуй в кастинге!».

У невидимых режиссёров этого проекта всё научно выверено. Осуществляется необходимая в социальном маркетинге обратная связь для выяснения точности и охвата воздействия аудитории. Надпись: «Отправь № участника и свой текст на... «Дом-2». Дай совет участнику» — появляется в психологически кульминационные моменты телепередачи. Совет подростка, по сути, это ответ на психологический тест, выявляющий наличие конструктивной (деструктивной) установки и оплываемый из кармана телезрителя.

Исследуются установки, связанные с репродуктивным поведением: «один партнёр — много партнёров», «брак — сожительств», «целомудрие — раскрепощённость», «покидать (партнёра) — оставить», «брак — семья — дети», «гендерные роли»... Аудитория стимулируется обещаниями подарков и призов.

КАК ВОСПИТЫВАЮТ ФАШИСТОВ

Телепрограмма «Дом-2» целенаправленно создаёт телевизионные жульеры, призванные возбуждать расовую ненависть и межнациональную рознь. Участник шоу Рустам в глазах большей части зрителей является «лицом кавказской национальности».

«Этот Рустам на самом деле такой мерзкий и противный, как кажется?» — спрашивает участница проекта. Он плетёт интриги, пытается оказывать влияние на ход проекта, заносчив, коварен, труслив. Участники проекта

«СЕРГЕЙ ПАВЛОВИЧ» И ДР.

Для пропаганды гомосексуализма характерно позиционирование людей нетрадиционной сексуальной ориентации как интеллектуалов, превосходящих простых людей по умственным способностям. Статус «Сергея Павловича» в «Доме-2» подчёркнут не только обращением по имени-отчеству (в отличие от других участников), но и речью: псев-

ПОРНОГРАФИИ В ЗАКОНЕ

Участие исполнительницы главных ролей в порнофильмах Елены Берковой в шоу «Дом-2» (2005) стало скандальной рекламной акцией. Впервые в истории страны на легальном телевизионном канале пропагандировались порнография и проституция. Дело не ограничилось Еленой Берковой. Участницы Галева, Бузова и Водонаева снялись обнажёнными в мужском журнале «Максим». В СМИ широко была распространена информация о высоком гонораре, полученном девушками за съёмку (подкреплённое поведение). В Интернете появились эротические видеоматериалы о звёздах «Дома-2».

В марте 2007 года на проекте оказался «Эрика Кишова» — по данным Интернет-сети, транссексуал из Нальчика, профессионально оказывавший услуги гей-проститутки. Пребывания его на проекте с марта по апрель 2007 года с избытком хватило для популяризации порнографических и гей-сайтов, использовавших раскрутку «Эрики» для рекламы проституции и продажи порнофильмов. Интернет-сеть пополнилась фальшивыми и настоящими материалами, содержащими фотосессии и порнофильмы с изображениями участниц «Дома-2». За короткое время семсот десять сайтов поместили информацию об «Эрике Кишовой» для привлечения клиентов.

Размах пропаганды порнографии Берковой и рекламы транссексуала Кишова, само их участие в реалии-шоу «Дом-2» указывает на возможную связь телепроекта с преступным порнобизнесом. Легитимация порнографии и про-

ституции вообще стала одной из линий проекта.

ПРОПАГАНДА НАРКОТИКОВ

В праздничном капуснике, посвящённом 1000-му выпуску «Дома-2», участник Антон Бородин, представляющий растаман с дреддами, хвалит урожай на острове Ямайка: «урожай в этом году оказался отличный, поэтому все веселее». В субкультуре растаманов потребление наркотиков (курение марихуаны) предписано идеологией, поэтому речь в данном случае идёт об урожае марихуаны, а сообщение является латентной рекламой наркотиков (№ 42; 7, 8, 9 февраля 2007 г.).

Видеозапись на кассете «Дом-2, конопля» содержит эпизод с Ксенией Собчак, сидящей спиной к зрителю. Телекамера около 20 секунд показывает общий план, где в левой части кадра расположено изображение листа марихуаны на спинке куртки ведущей.

Демонстрация изображения марихуаны на телеэкране в течение 20 секунд равносильна демонстрации любого другого товарного знака и выполняет те же функции:

- а) постоянного напоминания о товаре;
- б) легитимации товара известным лицом.

Легальная пропаганда наркотиков, порнографии, гомосексуализма, фашизма — сколько мы еще будем мириться с этим?!

Разгадка Сергея Павловича скрыта в содержании платоновского «Пира», развивающего идеи о высочайшей ценности истинной любви между мужчинами. «Женщины» Сергея Павловича стал транссексуал «Эрика», во время очередной перетасовки пар закономерно вышедший Сергей Павлович. Гомосексуальную линию вели и другие участники проекта: мужеподобная «Оля», без промаха забрасывавшая мячи в корзину, Артур... Участник реалии-шоу бурно обсуждал сексуальную ориентацию Рустама. Сожительство с гомосексуалистом выглядело в передаче гораздо привлекательнее гетеросексуальных отношений. Он был вежлив, не бранился по пустякам и проводил время, пригласив музичуря (целенаправленное создание положительного образа).

Уверены в его гомосексуальности.

Характерное развитие большинства эпизодов с участием Рустама: «провокация — скандал — драка». В разгар скандала на экран появляется надпись: «Дай совет участнику», то есть степень агрессии телезрителей по отношению к «лицу кавказской национальности» проверяется тестированием. Эмоциональное включение зрителей в события передачи, побуждение их к действию (отсылка SMS-сообщения) закрепляет агрессию, рождающуюся в процессе наблюдения за сценой драки. Создаётся образ врага (в рассматриваемом случае — лица кавказской национальности), который в дальнейшем, уже в реальной жизни, всякий раз будет вызывать подсознательную неприязнь и агрессию у телезрителя, подвергнувшегося манипуляции.

Сообщая о замене акции 14 февраля 2007 года телемостом, который пройдёт в журнале «Дом-2», участник проекта Рома говорит: «Вы можете задавать любые вопросы, желательны остренькие и, пожалуй, в прямом эфире оскорбляйте Рустама!». Оскорбление человека, принадлежащего к национальному меньшинству, поощряется с телевизионного экрана и утверждается легитимным!

Другой подобный жуль — представитель африканской расы Сам. В 2007 году журнал «Дом-2»

