

ДИКТАТЪТ НА ТЕЛЕВИЗИОННИЯ ОБРАЗ В МЕДИАКУЛТУРАТА

д-р Росен Петров
Бургаски свободен университет

THE DICTATE OF TV IMAGE IN THE MEDIA CULTURA

Rossen Petrov, PhD
Burgas Free University

Резюме: Статията изследва как телевизионният образ създава своя форма на диктат върху съзнанието на зрителите. Как в годините съдържанието на телевизионната картина, стъпка по стъпка, навлиза в медиакултурата и обсебва голяма част от нейната територия. Образът и словото информират, манипулират, предизвикват, като създават собствен специфичен и емоционален диктат върху различните телевизионни публики. Защо реципиента създава свой собствен социален мир и интимност с телевизионния екран?

Ключови думи: медиакултура, информационен поток, екранно информационно средство, екранна естетика, когнитивна психология

Abstract: The article explores how the TV image creates its own form of a dictate on the viewer's consciousness and how during the years the content of the TV picture is entering into the media culture, step by step, and is taking a big part of its territory. The image and the speech inform, manipulate, challenge, through creating their own specific and emotional dictate over the different TV audiences. Why is the recipient creating its own social peace and intimacy with the TV screen? This is the main question, which the article is exploring.

Key words: media culture, information flow, screen information tool, screen aesthetics, cognitive psychology.

С натискането на копчето на дистанционното управление ние се озоваваме в ползрението на телевизионния екран. В годините той се превръща в средство за общуване. Информация от различен вид ни облъчва и ние попадаме под въздействието на електронния образ, който разказва, споделя, спори, предизвиква. Той обсебва съзнанието на различните публики, като става най-големият социално информационен диктатор в съвременния живот на обществото. Образи с различни стойности и съдържание ни информират и манипулират ежедневно, прониквайки в нашето съзнание. Съгласни или не, ние приемаме визуалните знаци и се мъчим да ги преосмислим. В този случай комуникационният процес приключва, защото е еднопосочен, като човек или вярва, или отхвърля видяното и чутото. Достоверността на образите ни пренасят на мястото на събитието и ни правят участници в него. Идентификацията с отделните персонажи, големият интерес по темата, добрият сценарий и режисура организират образното пространство и то започва да създава собствен специфичен диктат върху телевизионната публика.

Образът, носещ обективната реалност, се превръща посредством снимачната техника и субективния творчески подход на оператора във визуално послание. Силно въздействащата образна действителност, родила се от факта на събитието или от драматургията на протичащото действие в игралното кино, може да разкрие мисли, чувства, силни афекти, които да достигат до душите на хората, като ги прави съпричастни с изживяванията на различните персонажи, кара ги да се замислят, да запомнят. Телевизията с нейната аудио-визуална структура произвежда всекидневно послания, отправени към различни публики. Те попадат под тяхното въздействие, което обединява или отдалечава интересите на зрителите в различни посоки.

Най-голямото количество информация, 85% - 90%, се получава от картината и нейното структурно съдържание. Тя започва да създава нова епоха на масовата култура, която формира и диктата на образите, превърнали се в средство за масова комуникация и информация. Моделирането на информационния поток влиза в себе си визуалната фактология и словото, което допълва липсващите звена, без които този информационен поток би се разкъсал. Въпреки това, всеки журналист, работещ в телевизионна медия, знае, че въздействието на образа е основополагащо. Че той е носител на творчески концепции, които се превръщат в произведения със силен емоционален заряд, индивидуални гледни точки, синтезиращи новината и носещи субективния характер на авторите. От психологическа гледна точка феноменът образ винаги е присъствал в ползването на различни учени и изследователи. Образът като основен и най-богат носител на информация се превръща и в най-добър комуникационен елемент. Неговото присъствие е навсякъде. В своето физическо и психологическо развитие човекът все повече започва да възприема образа не само като елементарно информационно средство, а и като психологически феномен, възбуждащ емоционални ударения.

Визуализирането на окръжаващия ни свят създава образната представа за него. Това включва съвкупността от чисто физични величини като форма, обем, цвят и движение, които имат информационен характер. Тези физични величини могат да катализират определени психологически промени в съзнанието на човека, които да предизвикват изменение на емоционалното му поведение. Така, образът от чисто физическо понятие се превръща във философско, т.е. образът влиза в диалектическа връзка с реципиентите. Причинно-следствените връзки, които създават този феномен се определят от известен брой свойства, влизащи в структурни взаимоотношения, даващи възможност за постигането на обективен анализ, защо този психологичен феномен довежда до диктата на образа.

За въздействието на образа от филмовия, а по-късно и на телевизионния екран са писали много изследователи. В този контекст на разсъждения ще цитираме Марсел Мартен, който казва: „Изображението в себе си и само по себе си, така да се каже, в материалността на това, което показва, е действително абсолютно еднозначно искам да кажа, че не може да бъде двусмислено или двойствено, тъй като вторият смисъл, символичността, която то може да придобие, не може да противоречи на неговото непосредствено значение. Но всяка действителност има контекст: никога нищо не е без някаква връзка със заобикалящата го среда. И в случая с изображението този контекст важи двойно”.(1)

В историческото си развитие филмовият и телевизионният образ създават свой собствен език и структурни взаимоотношения на въздействие, които можем да разделим на два вида. Първият се определя като чисто кинематографичен, включващ в себе си определен вид изображение, като съдържание, което във времето и прост-

ранството може да промени смисловото си значение, създаващо асоциации. Като пример можем да посочим двата последователно монтирани кадъра на стадо овце и тълпа излизаща от метрото, показвани във филма на Чарли Чаплин „Модерни времена”. На второ място можем да включим смисловия контекст на възприятията върху зрителите, наложен от визуалното съдържание на творбата, свързана с идеята на автора кинематографист. Тази творба може да оказва различно въздействие на хората пряко свързано с тяхното образование, културни, морални, политически и естетически възгледи. Така, че приемаме за факт – колкото са зрителите, толкова са и възприятията. Това обуславя и различната дълбочина на въздействие на образа върху разнообразните индивиди, но въпреки това той се явява като основоположен както в чисто опознавателен план, така и в емоционално-психологически аспект. По този начин образът налага свой собствен диктат върху все по-голям брой реципиенти и те му се подчиняват съзнателно или несъзнателно. Не е случайно предсказанието на канадския учен и културолог Маршал Маклуън още през 60-те години на миналия век, че образът и средствата за масова комуникация и информация ще превърнат Земята в „глобално село”.

Във всички визуални произведения образът има доминираща функция. От статичните художествени форми върху платната на художниците през светлочувствителните плаки на фотографите и движещите се хора и предмети прожектирани от кинематографа върху филмовия екран образът създава своята история и своята хегемония върху човешкото съзнание.

Телевизията като уникално екранно информационно средство сътворява различни модели на образи и слова. Обединени в единен смислов монолит, обогатен от драматургията на разказа, те се превръщат в информационни произведения, които достигат до всеки дом, до съзнанието на всеки реципиент. В новите творчески взаимоотношения на телевизионната програма с разнообразната аудиторията има значение и фактът, че тя наистина присъства в информационния спектакъл, който е неповторим, и който в момента се сътворява на малкия екран. Сливането на документалното събитие от реалността в натурната пластика на неговото изображение, посредством екранното повествование, пречупено през призмата на художествената субективност на авторите, става основен модел на информационното произведение. Добрият визуален диалог между телевизионния екран и зрителя поражда определени взаимоотношения, които могат да бъдат строго индивидуални. Тези взаимоотношения могат да провокират неговото въображение или да го оставят равнодушен, без той да се пренесе психологически в екранното действие.

Защо видяните и осмислените образи в човешкия мозък създават емоционални психологически състояния, които довеждат зрителя до идентификация с персонажите, участващи в събитието? Защо изживяванията на героя от екрана отключва чувства за съпричастност и съпреживяване на реципиента, който наблюдава действието, независимо дали то е свързано с фабулата на игралния или документалния филм, или съдържанието на телевизионния репортаж? Погледнато през призмата на когнитивната психология можем да получим някакви отговори на тези въпроси. „Фактът, че човек може да извиква в съзнанието си представите, да ги преценява, да им се радва или негодува от съдържанието им, подсказва наличните възможности за трансформация на съдържанието им, т.е. на когнитивното и когитациите. Субектът пресява, уголемява, умалява в съдържателно отношение образите. Промените в нагледа като отражение на обективната реалност започват още при възприемането на обекта, продължават при паметовите процеси и се разгръщат на личностна осно-

ва при представите вече като образи”.(2) В подкрепа на това твърдение стигаме до извода, че екранната действителност, моделирана от движението на образите, техните взаимоотношения, сблъсъкът на мнения, чувства и съдби се преплитат като физически и духовни елементи. Именно те пораждат дълбочината на екранната естетика, която се свързва с човешката мисъл, концентрирала в себе си синтетичната природа на процесите, протичащи в живота, предадени като остър и напрегнат сюжет посредством визуалната драматургия. Екранизирането на мисълта навлиза в дълбочината на екранните образи, в дълбочината на техните характери. Различните персонажи с техните мисли и чувства, обединени и обогатени от различните визуални драматургични изразни средства, създават обема на духовната фактура. Именно тя се явява като най-силен интелектуален инструмент на въздействие, включена в посланието, към разнообразната зрителска аудитория.

Телевизионният екран става масов посредник между излъчваната от него визуализирана информация и разнообразната зрителска аудитория. С появата на видеото, а по-късно на DVD устройствата и Интернет мрежата, почти всеки един човек от обществото започва да изгражда свой собствен, индивидуален информационен свят. Светът на образите все повече измества книгата, която векове наред е била духовен маяк, духовен водач на много поколения. Професор Вл. Михайлов в книгата си „Предизвикателствата на аудио-визуалните комуникации” изказва следните мисли и разсъждения: „След тоталното вметване в съзнанието ни на киното, телевизията и видеото, основното последствие е, че привикнахме към образа като към наш комуникатор. Ние преди всичко гледаме киното, телевизията и видеото и значително по-малко ги слушаме. Ето откъде идва и началото на онази особеност на съвременната епоха, която по всичко изглежда ще мине под знака на аудио-визуалните масови комуникации, под знака на диктатурата на образа, под знака на „Цивилизацията на образите”, изместила „Гутенберговата цивилизация”. (3)

Потокът от събития и факти заливат общественото пространство и го разширяват до краен предел. Избирателността какво да се гледа и как да се гледа е свързано с индивидуалния душевен мир, интерес и интелект на всеки човешки индивид. Тези решения се диктуват от определени психологически процеси и нагласи, даващи разностранните посоки в развитието на всяка личност. Когнитивната психология и тук дава някои структурно определящи понятия, които допълват този процес на разсъждения: „Богатството на образите не е толкова във възобновяването на представите такива, каквито са били образите при възприятията, а в структурирането им по посока на търсенето от субекта в тях и чрез тях, т.е. в пътя на изграждането на творческия образ и в самия образ. Пътят на изграждането на творческия образ е съпътстван от единични представи и от декогитацията на общи представи. Този път протича по линията на активното участие и ръководство на висши психични процеси от рода на съзнанието, мисленето, разума и интелекта”.(4)

Телевизионният образ носи в себе си силата на визуализираната информация, която го превръща в най-мощния фактор, оказващ най-силно въздействие върху максимален брой публики. Начинът му на комуникация вече е станал утвърден модел, структуриран от голям брой визуални елементи. Те вплитат в себе си неограничените възможности на звукозримите явления и техните форми, които създават фактурата на информационното произведение и изпълват съдържанието му със смисъл. Телевизията създава своя собствена територия в информационното пространство и в продължение на десетилетия я разширява и утвърждава. Като средство за масова комуникация и информация тя навлиза в медиакултурата, създавайки свои правила

и езикови форми, които обсебват и продължават да обсебват съзнанието на човека. Силата на образа създава голяма степен на доверие, свързано с действието, включващо участието на физическата и емоционалната демонстрация на различните персонажи, ефектът на присъствие, идентификация с главните участници в събитието, съпричастност и др. Образът диктува, образът подчинява, образът манипулира, образът предизвиква. Образът катализира мисли, чувства, емоционални състояния и какво би станало ако той изчезне от живота на хората? Дали ще разруши мостът на илюзиите, изграждан от него в продължение на десетилетия? Ще отвори ли пропаст в медиакултурата или тя ще се запълни отново от „Гутенберговата цивилизация“, или от някой друг информационен феномен, непознат досега в човешката история? Това ни дава повод за размисъл.

В заключение можем да обобщим, че образът ще продължава да господства като информационен модел, концентриращ фактите, подчинени на документалността, различни форми на поведение, ударения върху личностни характери, емоционални състояния, различни гледни точки и др. А всичко това, подкрепено от динамиката на действието, развиващо се върху телевизионния екран ще продължава да оказва силно въздействие върху реципиентите, което въздействие можем да определим като диктатура на образите, моделиращи човешкото съзнание, които публиката приема съвсем целенасочено и доброволно, и това е факт.

Литература:

1. Marten, M. Ezikat na kinoto, S. DI Nauka i izkustvo, 1962,s., 26
2. Trifonov, T. Kognitivna psihologiya, S. Izdatelska kashta „Pamet“, 2000, s., 115
3. Mihaylov, B. Predizvikatelstvata na audio-vizualnite komunikatshii, S. NBU, 1996, s., 10, 11
4. Trifonov, T. Kognitivna psihologiya, S. Izdatelska kashta „Pamet“, 2000, s., 117