

## АУДИО-ВИЗУАЛНАТА КОМУНИКАЦИЯ – ОТ ГУТЕНБЕРГ ДО ТЕЛЕВИЗИОННИЯ ОБРАЗ

д-р Росен Петров  
Бургаски свободен университет

## THE AUDIO-VISUAL COMMUNICATION – FROM GUTENBERG TO THE TV IMAGE

Rossen Petrov, PhD  
Burgas Free University

**Резюме:** *Аудио-визуалната комуникация създава основата за общуването между хората. Видяното, усетеното и изживяното стават емоционален аспект, който трябва да се сподели. Звуковите и визуални форми се превръщат в информационни послания, структуриращи бъдещото медийно пространство.*

*Статията изследва отделните исторически фрагменти, през които преминава човешкото развитие в областта на комуникацията и информацията – от писмените знаци на Гутенберговата епоха до телевизионния образ, завладяващ изцяло съвременния свят.*

**Ключови думи:** *аудио-визуална комуникация, визуализирана информация, комуникационно пространство, медиакултурно израстване, информационни технологии, картинна пластика, медийна култура, електронен образ.*

**Abstract:** *The audio-visual communication creates the basis for contacts among people. What they have seen, felt or experienced becomes an emotional aspect which has to be shared. The audio and visual forms turn into information messages, thus structuring the future media landscape.*

*The article examines the historical stages of human progress in terms of communication and information – from the letters in Gutenberg's times to the television image invading the modern world.*

**Key words:** *audio-visual communication, visualized information, communication spaces, media-culture progress, information technologies, picture plastics, media culture, electronic image.*

Образната и словесната комуникация са средствата за предаването на впечатления, мисли, събития, анализи и творчески послания. С появата на човека във Вселената се появява и нуждата от образната комуникация. Видяното, усетеното и изживяното полагат основите на информацията. Тя трябва да бъде споделена и показана. Много вероятно е преди звуковата реч картините по стените на пещерите да са били и първите комуникационни знаци, с които започва общуването между отделните човешки индивиди. Проследявайки исторически как се е развило обществото и неговите начини на общуване, ще стигнем до извода, че пътят е бил дълъг и преминава през

различни етапи на развитие. От говоримата реч, през писмените знаци на различните азбуки, писани на ръка, до Гутенберговата епоха на печатане и книгоиздаване минават хиляди години. От първата книга и първата печатна медия до появата на електронния радиосигнал минават стотици години.

Образната комуникация също създава своята история. В печатните медии все по-често се появяват илюстрации, рисувани от художници, които визуализират част от събитията. Започва творческо съжителство на текста и картината, която обогатява информацията и дава по-пълна представа за новината.

Светлописът върху фотографската плака е новото изобразително средство, преобладаващо реалния, обективен свят като го превръща в документ. Богатото разнообразие на образите, които са в структурата на визуалната информация определя нейното съдържание и създава силно въздействие върху възприятията на хората. Това от своя страна засилва чувството за реалност и присъствие, предизвиква силен психологически и емоционален ефект върху зрителите.

През 1895 година братя Люмиер и техният кинематограф превръща статичните фотографии в движещи се образи, които правят революция в информационния свят. Филмовата лента запечатва динамичното ежедневие и го превръща в историческа хроника. Първите документални филмови кадри, заснети от различни оператори, пренасят реалността в нейната пълна достоверност върху прожекционния екран. Благодарение на тези оператори започва да се гради визуалната история на човечеството. Ражда се седмото изкуство. Визуализираната информация започва бързо да навлиза в ежедневния бит и култура на човека. Филмовото изкуство създава собствен език и форма на творческа стилистика, обвързана с различните кинематографични жанрове. Съдържанието на образите върху филмовата лента сътворява два психологически свята. Първият е обвързан от отделните персонажи, участващи в действието, а вторият с психологическото състояние на различните реципиенти. Това довежда до по-силно изразена дълбочина на философско преосмисляне, а чрез символите и знаците до естетически понятия за живота.

Изобразителното изкуство, печатните медии, фотографията, радиото и киното все повече глобализират информационното пространство. Те подготвят основата за появата на най-мощния електронен информационен източник – телевизията. Така големият филмов екран за масово зрелище се пренася в домовете на хората, като трансформира размера си в рамките на телевизионния приемник. Електронният образ се превръща в средство за общуване. Революцията в информационните технологии приключва до появата на следващата – интернет комуникацията. Всички средства за масова информация превземат света и го свиват по думите на Маршъл Маклуън до едно „глобално село“.

„Обединението на радиото с филма ни даде говорещото кино, т.е. курс на свиване след механичния век на експлозия и разширяване. Като крайна форма Маршъл Маклуън сравнява това свиване, тази имплозия с образа на космонавта, затворен в своето малко пространство. Той, без да увеличава нашия свят, го свива до размерите на едно село. Ракетата и спътникът, също както телефонът, радиото и телевизията, слагат край на господството на колелото и машината.”(Знеполски, 1986:546)

Аудио-визуалната информация създава асоциативни връзки в „потока на съзнанието” или „вътрешен монолог” при всеки реципиент. Образът и звукът обединени в едно цяло стават много силен информационен медиатор на въздействие, провокиращ социално-психологическото съзнание на масовия зрител. Времето като рационална стойност, определящо развитието на обществото, се явява важен фактор в неговото

медиакултурно израстване. То се основава на аудио-визуалната информация и комуникация, които направиха света по-близък, по-интересен, по-разбираем, по-стойностен и промениха стратегически мисловния и интелектуален процес на човешкото съзнание.

Целият път на човечеството в областта на комуникациите може да се изследва внимателно и задълбочено, като се раздели на няколко етапа. Това са:

- а/ словото;
- б/ словото и образът;
- в/ написаното слово;
- г/ печатното слово (Гутенбергова епоха);
- д/ фотографията и киното – нова епоха във визуалната комуникация;
- е/ радиото – електронизация на словото;
- ж/ телевизията, видеото, DVD – електронизация на образа и словото;
- з/ интернет комуникацията.

С нея революцията в информационните технологии приключва. Всичките средства за масова информация са превзели света и той върви към информационна глобализация.

„Преобразувайки процесите на обработка на информацията новите информационни технологии оказват въздействие върху всички сфери на човешката дейност и правят възможно установяването на неограничен брой връзки между различните сфери, както и между елементите и субектите на всяка дейност. Възниква една мрежова и дълбоко взаимозависима икономика, която с все по-голям успех прилага постигнатия напредък в областите на технологията, познанието и управлението за целите на самата технология, познание и управление”. (Кастелс, 2004:82)

Всяка медия влиза в информационното пространство, което е огромно по мащаб и изпълнено с разнообразни събития, явления, катаклизми и конфликти. Те са свързани с живота на хората от различните държави, тяхното географско разположение, политическо, икономическо и социално равнище. Благодарение на Гутенберг тази информация и до днес се обработва и съхранява като форма и структура, във всички печатни издания по света. Фотографският кадър, изобразяващ една миниатюрна част от протичащото събитие, се превръща във визуален информационен елемент, който не само обогатява статията, а може и да съкрати част от написания текст, като му придава по-силна драматургична стойност. Най-голямото предимство на печатната медия пред електронните е, че можем да я препрочитаме безкрайно дълго. Благодарение на Гутенберг напечатаното слово не само съхранява информацията, а я прави индивидуален, интимен свят за всеки, който се докосва до нея и чрез съзнанието си я съпреживява. Този психологически феномен създава основните допирни точки с филмовото изкуство, което базира структурната основа на драматургията си върху литературата – поезията и прозата.

Откритията в областта на радио-електрониката превърнаха написаното слово в електронен звуков сигнал. За него граници не съществуват. Ефирът се изпълва с многонационална реч и музика. Радиоприемникът става основен звуков комуникатор между слушателите и различните редакции, подготвящи програмите с информационен или музикално развлекателен жанр.

Статутът на образите, създаден от фотографията, киното и телевизията, разкрива най-силната си информационна територия. Тя предизвиква революция в отразяването и разпространението на събития от всякакъв характер, протичащи в обществото. Най-голяма концентрация на образи станали основни носители на асоциации, опреде-

лени внушения и емоционални афекти са свързани с най-младата аудио-визуална електронна медия – телевизията. Базирайки се на картинната пластика, като носител на най-голямо количество информация, телевизията става най-важният комуникатор в медийното пространство. От 30-те години на миналия век до наши дни тя създава своята медиакultura, която благодарение на динамичните процеси, протичащи в обществото продължава да се развива и променя, за добро или лошо, по най-бързия начин в сравнение с другите медии. Това я прави доминант в сферата на масовите комуникации и информация.

Комуникативният процес е физико-психологически. Той се базира на възприятията, които се получават от нашите човешки рецептори, каквито са очите, ушите, носът, кожата. Чрез тях ние получаваме информация за заобикалящата ни среда, с която ние контактуваме и взаимодействаме. Без мозъка на човека, който преосмисля, анализира и прецизира информацията тя би имала само илюстративен характер. Благодарение на мозъчната дейност процесът от чисто физически се превръща в психологически. Ние усещаме и преценяваме топлината или студа, различните аромати, разнообразието на звуци и шумове, както и образните стойности на предметите, техните форми, големина и цвят, художествен изказ и др. Анализирайки отделните рецептори, чрез които ние успешно комуникираме със средата, в която живеем, можем да направим извод, че очите, които са изнесен мозък напред получават и дават най-голям обем информация. Докосвайки се до типологията на възприятията свързани със психологията на човека можем да се позовем на казаното от Борис Минчев: „Често възприятията се делят на мономодални и полимодални, но поради една особена „вплетеност” на сензорната тъкан на възприятията в дадена ситуация уместно е вторият вид да се назоват интермодални възприятия. По-просто може да се каже, че съществуват чисти и комплексни възприятия. В конкретни случаи се говори за аудио-визуално възприятие, за зрително-осезателно възприятие или по-рядко за слухово-осезателно възприятие. Така или иначе комплексните възприятия преобладават във всекидневието. Нещо повече, индивидът има потребност да чува видяното, да опипва чутото, да види това, което докосва, и пр.” (Минчев, 2013:385) Богатството на зрителните възприятия оказват най-голяма степен на психологическо въздействие. Затова и визуализираната новина, която е организирана от различните пластически форми на образите е в основата на телевизията, която е ненадмината по сила на влияние върху зрителската аудитория. Тя не само гледа, а и става съпричастна с персонажите, участващи в различните събития. Публиката се вълнува, радва, скърби, негодува. Искаме или не образът напълно завладява нашите сетива и обсебва съзнанието ни, случайно или целенасочено. Това зависи от целите и професионализма на авторите, работещи в сферата на телевизионната комуникация и информация.

Средствата на съвременната аудио-визуална комуникация минават под знака на „Цивилизацията на образите”, която за добро или лошо измества все повече „Гутенберговата епоха”. Силата на телевизионния образ е в неговата богата информационна стихия. Визуалната комуникация създава модел, който вплита в себе си неограничените възможности на звуко-зримите явления и техните форми, които оправдават и задоволяват разностранните интереси на многобройните публики. Този феномен, зародил се в 30-те години на 20-ти век, започва да подчинява все повече средствата за масова информация. Телевизионният екран завзема информационни пространства на вече утвърдили се медии в обществения живот, като печата и радиото. Електронният образ навлиза във всички обществени сфери свързани с образованието, културата, икономиката, политиката и др. Завладява индивидуални пространства, създава свой

бит и взаимоотношения, нова визуална медийна култура. Интернет комуникацията без екранът на компютърния монитор е невъзможна. Той пресъздава визуализираната новина във вид на текст и картина, без която работата на съвременния журналист е немислима. От екрана на GSM-ма през екрана на лаптопа, различните видове таблети, телевизионни приемници и филмови 3d екрани образът господства и възпитава.

И киното и телевизията наложиха още един информационен елемент – знакова форма. Тя може да обогати структурата на новината, като използва различни символи, които се превръщат в информационни центрове. Те създават емоционалните ударения в съдържанието на новината като обогатяват нейната драматургична семантика. Това прави визуалната информация по-одухотворена, по въздействаща, съсредоточавайки вниманието на зрителя върху екранната действителност. Тя се превръща в дешифратор на образи, обединяващи се от смислови понятия. Така семиотичната структура синтезира свой език, организиран от съдържанието и характера на различните образи, които могат да разширят или детайлизират информацията. Тези образи също претърпяват развитие във времето както в техническо, така и в смислово – драматургично звучене. Езикът на киното и телевизията наречен екранен по пътя на еволюцията цивилизова вътрешно структурните си визуални стойности и съдържателни аспекти. Той става ръководещ и моделиращ за хората, работещи в сферата на масовите комуникации и информация, обвързани от динамиката на обществени наши и международни отношения, правещи света, в който живеем интересен, разнообразен, емоционален и предизвикателен. Визуалните фрагменти, градящи структурата на образа се обединяват от технологичните и художественотворческите процеси. Те създават разнообразните модели при визуализацията на информацията и правят основата, върху която се гради телевизионната журналистика.

Независимо от това, че образът завзема осезателно все по-голяма територия в информационното пространство, това което ни е завещал Гутенберг – напечатаното слово, ще се превръща в най-голямото предизвикателство към днешните и бъдещите поколения. Дали новите цивилизации ще отхвърлят книгата, която е била и винаги ще бъде най-големият храм на човешките познания, който съхранява в себе си културни, интелектуални, научни и исторически ценности? Дали книгата ще продължава да бъде основен информатор и нейното слово ще продължава да учи и възпитава или тя ще се подчини изцяло на образа? А може би двата информационни феномена ще си подадат ръка един на друг, ще обединят своите най-добри преимуществени информационни модели и специфики, които ще станат зародиш на една бъдеща нова и непозната медийна култура?

#### **Литература:**

1. Znepolski I. Iz istoriyata na filmovata misal, chast1, S., Nauka i izkustvo, 1986, s.546.
2. Kastels M. Vazhodat na mrezhovoto obshtestvo, S., lik, 2004, s., 82.
3. Minchev B. Psihologiya Evolyucionno fenomenologichen podho d, S., Siela, 2013, s., 385.