

Способы построения экранных образов на телевидении

Научный руководитель – Утилова Наталья Ивановна

Александрова Аглая Александровна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа телевидения (факультет), Кафедра журналистики и телевидения, Москва, Россия

E-mail: Aleksa.94@inbox.ru

Современная экранная культура в контексте взаимодействия с человеком максимально сосредоточилась на его бытовой, экономической и социокультурной жизнедеятельности. Перед экраном работают, учатся, отдыхают, планируют свою деятельность, за счет чего вырабатывается привыкание считывать экранные образы, беспрепятственно погружаться в пространство, заполненное технологиями, которые раньше были на грани фантастики, в эпоху абсолютной власти визуализации.

Аудиовизуальные средства массовой информации все глубже затягивают человека в медиасреду, вовлекают в «мир экрана», вызывая желание доверять увиденному, подражать медиагероям, что достигается путем проработки экранного образа, передаваемого специфическим языком масс. Экранный образ - это не только изображение, которое мы воспринимаем через экран, но и целостный механизм воздействия на зрителя.

Способы построения экранного образа тесно связаны с формами видения аудиовизуального творчества: «непосредственного, моментального, виртуального, реализованного, ассоциативного, визуализирующего, интегративного, символического, прогностического и архетипического» (Хилько Н.Ф., 2008, с.1). Каждый этап видения соответствует определенному уровню человеческого восприятия, что связано не только с шаблонным моделированием производителей, нацеленных на массовое потребление продукта, но и с индивидуально-психическими особенностями считывания экранной информации, «отбором и оценкой личностью воспринятого, созданием определенных идентификационных моделей, системы психологических установок, основанных в свою очередь, на определенных критериях, вкусах, ценностях и определяющих реакцию на воспринимаемый материал» (Хилько Н.Ф., 2008, с.4).

Экранный образ выстраивается за счет монтажных способов построения, включающих драматургические, цветовые, звуковые, художественные, и актерские средства воздействия. Немаловажным элементом становится телетекст, отредактированный для определённого ракурса влияния на аудиторию. Формируя монтажные построения, производитель телепродукта управляет зрительским вниманием, акцентируя его на отдельных планах. Композиция кадра выстраивается таким образом, что зритель не только получает информацию, непосредственно представленную перед ним в кадре, но также принимает эмоциональную волну, вызванную композиционным построением. При переходе на следующий кадр стоит учитывать, как он связан с предыдущим и как повлияет на последующий.

Психологический аспект воздействия также учитывается при создании образа работниками телевидения, взаимодействуя с природой экранного образа, тесно связанного с ретроспекцией и диалогичностью восприятия медиаинформации.

Кроме того, при построении образа усиливается роль зрелищности, возрастает потребность в необычных, притягивающих внимание конструкциях. Зачастую создаётся шоу, ставшее незаменимой частью экранной реальности, заполненной моделированными образами и химерами, созданными за счет современных технологий и грамотного монтажа.

По словам Н.И. Утиловой, «современное понимание монтажа превратило его в средство манипуляции зрительским восприятием, что привело к созданию «виртуальной действительности», которая во многом отличается от «окна в мир» - второй реальности «видимого мира» (Утилова Н.И., 2004, с.24).

Таким образом, вхождение экранных образов в нашу повседневную жизнь - начиная от новых типов зрелищ и практик развлечения, заканчивая изменением современной городской среды, а, в конечном счете, и самого человека - является сегодня одной из самых актуальных тем для исследований.

Источники и литература

- 1) Иванов В.В. (1988) Монтаж как принцип построения в культуре первой половины XX века // Монтаж: Литература. Искусство. Театр. Кино / Отв. ред. Б. В. Раушенбах. – М.: Наука. С.119 - 148.
- 2) Каган М.С. (1988) Семейство зрелищных искусств (кино, телевидение, театр) // Кино и современная культура: Сб. науч. тр. – Л.: М-во культуры РСФСР. ЛГИТМиК им. Н.К. Черкасова. С. 8-19.
- 3) Третьяков В.Т. (2015) Теория телевидения: ТВ как неоязычество и как карнавал. Курс лекций. М.: Ладомир. С.473-496.
- 4) Утилова Н.И. (2004) Монтаж: Учеб. пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс. – 171 с.
- 5) Хилько Н.Ф. (2008) Аудиовизуальное творчество в социально-культурной сфере // Омский научный вестник. №6 (74). С.171 – 175.