

“ТЕЛЕВИЗИОНИЗМ” КАК ДЕВИАЦИЯ ВОСПРИЯТИЯ ТВ- ПРОДУКЦИИ

Эстетический когнитивизм определяет предназначение искусства в целом, как эффективный метод обогащения человеческого познания. Аудиовизуальное искусство в частности – это комплекс чувств и ощущений, который носит определение “синестезии”. Одна из главных задач телевидения состоит не просто в формальной трансляции аудиовизуальной информации на расстояние, а в способности “визуализировать” сюжет, тему, проблематику, систему характеров героев и персонажей, идеино-художественную концепцию, конструктивную идею, замысел автора. Отображая визуальными средствами мысли и чувства людей, ТВ-продукция расширяет понимание этих качеств. Проблема состоит лишь в степени восприятия зрителем аудиовизуальной информации. Одним из самых ценных свойств телевизионного искусства является развитие у индивидуума *эстетического видения* мира.

С тех пор, когда были изобретены транслирующий передатчик и приемник, подспудно и неосознанно для современников возникла специфическая девиация – “телевизионизм” или “телеуайеризм”. В период, когда телевидение не было массовым по своему географическому распространению и большому количеству ТВ-приемников, проходили сеансы коллективного телевизионизма. С увеличением количества телевизоров сеансы становились групповыми, дуалистическими и анонимными. Большую роль как в восприятии, так и в осознании ТВ-продукции играет тип личности зрителя, его социальный статус, возрастные критерии, пол, психологическая зрелость и другие факторы. В той или иной степени восприятие связано сексуальными фантазиями индивидуума, глубина воображения которого имеет свои определенные границы. Данная девиация стала

неотъемлемой частью как общественного сознания, так и “коллективного бессознательного”.

Прямой взгляд героя или персонажа в глаза телезрителю вызывает особое доверие и вовлеченность в процесс дистанционного “общения”. Зритель в данном случае, в позитивном смысле слова, становится “визионистом”, – человеком “подглядывающим”, узнающим скрытую ранее от других аудиовизуальную информацию. Данный процесс можно обозначить как “телевизионизм”, – “подсматривание” за происходящими событиями, явлениями, ситуациями. Несмотря на то, что в чистом виде термин “визионизм” (синонимы – вуайеризм, скопофилия, микроскопия) применяется в психологии сексуальных отклонений (в секспатологии), в контексте выдвигаемой теории он вполне применим к зрительскому восприятию современной ТВ-продукции. Понимание данного термина можно расширить не только в связи с исключительно эротическими сценами (или разговорами о них) на телеэкране, но и в восприятии зрителями той аудиовизуальной информации, которая предлагается на многочисленных каналах спутникового, наземного и кабельного вещания. Это оказывает существенное влияние на поведенческие модели человека и его социальные действия. Просмотр определенных телепрограмм, фильмов, передач, информационных сюжетов с негативными оценками или натуралистическими сценами “толкает” индивидуума на активные действия в реальной жизни. В этом случае происходит смещение действительности, и человек, совершающий подобные аморальные действия, не осознает *что* он совершает и *что* на самом деле происходит.

Телевизионизм (телевуайеризм) – коммуникативная девиация, стремление к “подглядыванию” (“эффект замочной скважины”) за реальными происходящими событиями или действиями персонажей, включая кадры, снятые “скрытой камерой”, а также просмотр ТВ-продукции, содержащей откровенные эротические сцены, что в большей степени привлекает подростковую аудиторию, находящуюся в пубертатном периоде. Развитие юношеского телевизионизма вытекает из проблем в общении со сверстниками, неспособности или нежелании находить коммуникативные модели в отношениях с противоположным полом. Наиболее ярко телевизионизм проявляется при увлечении просмотрами эротических шоу, стриптизов, художественных фильмов или телепередач, посвященных данной теме, которые, как правило, транслируются по специализированным телеканалам в определенное время суток. В данном случае, во избежании развития нездорового интереса со стороны подростковой аудитории, необходимо вво-

дить “родительский код доступа”. Просмотр эротической теле-, видеопродукции способствует более сильному эмоциональному переживанию, чем в реальных условиях. Остроту чувств “пубертатному” телевизионисту придает *анонимность* присутствия при просмотре эротических сцен.

Молодое поколение телезрителей интересует интим с подробностями происходящих действий, из которых особое внимание привлекает удовлетворение физиологических потребностей участников или персонажей различных реалити-шоу. За последние несколько лет в мировой практике телевидения развлечений, в частности у американского телевизионного сообщества, интерес к данному виду шоу пропал. И это неспроста, т. к. срабатывает здоровое психологическое желание избавить себя и близких от откровенных подробностей. Необходимо повысить идеино-художественные качества создаваемых реалити-шоу, либо изначально (на уровне литературной заявки) не допускать их в производство. Решить эту и другие этические проблемы вполне под силу специализированным отделам по “экологии телевидения”, которые нужно создавать при телевизионных структурах (теле-, видеокомпаниях). В советский и постсоветский периоды на телевидении эту функцию выполняли и выполняют художественные советы.

Для воспитания здорового информационного общества необходимо готовить высококвалифицированных специалистов научного направления в области экологии СМИ, уделять особое внимание подготовке кадров для телевидения, учитывая при этом нравственные, эстетические и моральные качества будущих создателей аудиовизуальной ТВ-продукции.