

ПОЧЕМУ ТЕЛЕВИЗИОННАЯ ИНФОРМАЦИЯ ТАК УБЕДИТЕЛЬНА

Н. В. Рожкова

*Гомельский государственный технический университет
имени П. О. Сухого, Беларусь*

Телевидение широко используется как средство массовой информации в современном обществе, оно оказывает огромное влияние на все стороны жизни современного человека, формирует взгляды людей на реальность и модели их поведения. В среднестатистической семье телевизор работает до семи часов в день. Женщины проводят перед телевизором больше времени, чем мужчины, дошкольники и пенсио-

неры – больше школьников и работающих, а менее образованные больше тех, кто имеет высшее образование.

Влияние телевидения связано с тем, что люди больше склонны доверять непосредственно увиденному, в котором также присутствует и звук (т. е. человеческая речь), чем только услышанному или прочитанному. Телевидение создает эффект очевидности, когда у зрителя создается впечатление, что он видит событие непосредственно собственными глазами. Возникает убеждение, что именно так и обстоит дело, как это было показано по телевизору. Поэтому чтобы что-то узнать, человек скорее включит телевизор, чтобы посмотреть выпуск новостей, чем включит радио или откроет газету. На уровне обыденного сознания не всегда удастся осознать тот факт, что информационные фрагменты, которые мы своими глазами видим на телевизионном экране и которые уже в силу этого (ведь мы не читаем текст, который всегда воспринимается как написанный кем-то) выглядят как единственно объективные, на самом деле являются такими же скомпонованными, как и газетные статьи. Человек, находясь на месте события, может поменять ракурс зрения по своему усмотрению. В случае с телепередачей он услышит или увидит только то, что записано на телекамеру под определенным углом зрения. Более сильное воздействие видимых образов связано с устройством человеческого мышления. «С точки зрения деятельности мозга, газетная информация в первую очередь обращена к левому полушарию, отвечающему за его теоретическую, аналитическую, рациональную деятельность, тогда как средства вещания в большей степени апеллируют к правому полушарию, которое связано с эмоциональным, чувственным и художественным восприятием... два средства коммуникации по-разному стимулируют поведение человека» [3, с. 29]. Изобилие чувственной зрительной информации, доставляемой телеэкраном, «рассеивает» внимание человека и его способности отвлеченного мышления и анализа. Это увеличивает скорость обработки и накопления информации. Когда человек смотрит телевизор, он пассивно воспринимает огромный поток информации, которую можно получать круглосуточно. Для полноценного обеспечения человеческого организма оперативной и долгосрочной информацией эволюция предусмотрела специальное состояние сознания, некий аналог транса, гипнотического состояния. Оно отвлекает внимание от посторонних внешних раздражителей, снижает порог восприятия информационных сигналов, облегчает их переработку и запечатляемость в долговременной памяти субъекта. Более того, сам процесс восприятия информации порождает положительные субъективные переживания. Телепереживание позволяет своему участнику вычеркнуть мир реальный и войти в приятное и пассивное состояние. Тревоги и заботы с помощью поглощенности телепрограммой куда-то вдруг исчезают, так же как в состоянии, вызванном наркотиками или алкоголем. Привычка к телевизору нарушает чувство времени. Она делает другие восприятия смутными и нереальными, принимая какую-то более «значительную реальность» за реальность. Эта привычка ослабляет отношения, сокращая, а иногда и устраняя нормальные возможности поговорить, пообщаться. Чтобы быть доступным как можно большему количеству людей, телевидение старается упрощать формируемую картину мира и подаваемую информацию, ориентируясь на вкусы большинства. Чтобы облегчить восприятие, оно предпочитает оперировать «готовыми», т. е. банальными идеями, некими шаблонами, которые мгновенно и без усилий тут же усваиваются массовой аудиторией. Зная механизм восприятия телеинформации человеком, можно уменьшить негативное влияние телевидения, если подходить к просмотру телепрограмм более рационально и критично, несмотря на то, что наблюдение вместо рассуждения – одна из установок современного общества.

Литература

1. Горельчик, Е. В. Влияние телевидения на развитие личности ребенка / Е. В. Горельчик // Психологія. – 2002. – № 3. – С. 87–90.
2. Гримак, Л. П. Навязчивая притягательность СМИ / Л. П. Гримак, О. С. Кордобовский // Человек. – 2004. – № 4. – С. 135–141.
3. Миронов, В. В. Коммуникационное пространство как фактор трансформации современной культуры и философии / В. В. Миронов // Вопр. философии. – 2006. – № 2. – С. 27–43.
4. Пуцаев, Ю. В. Либерализм, квазилиберальные мифы и свобода СМИ / Ю. В. Пуцаев // Вопр. философии. – 2006. – № 8. – С. 3–14.