

ББК Ч602.471
УДК 070.1

*А. Т. Рыспаева
А. Рыспаева
г. Костанай, КГУ
Kostanay, KSU*

**ПСИХОЛОГИЯ И ТЕХНОЛОГИЯ ОБЩЕНИЯ ЖУРНАЛИСТА
С АУДИТОРИЕЙ (НА ПРИМЕРЕ КАЗАХСТАНСКОГО ЖУРНАЛИСТА
АРТУРА ПЛАТОНОВА)
«PSYCHOLOGY AND COMMUNICATION TECHNOLOGY OF
JOURNALISTS WITH AUDIENCE» (ILLUSTRATED BY AN EXAMPLE OF
A KAZAKH JOURNALIST – ARTUR PLATONOV)**

Аннотация: В данной работе рассмотрена технология общения телеведущего с аудиторией на примере казахстанского журналиста Артура Платонова.

Ключевые слова: профессионализм; телевидение; убеждение; эстетика телевидения.

Abstract: In this research was considered the TV hosts' technology of manipulation of audience. As an sample was investigated the work of kazakh journalist Artur Platonov.

Keywords: professional; television; conviction; aesthetics of television.

Телевидение играет огромную роль в современном мире. Оно помогает ориентироваться в социальной жизни, культуре, способствует духовному развитию, а самое главное – позволяет узнать о том, что происходит в мире. Эта задача осуществляется, в первую очередь, через профессиональные кадры, которые владеют общей культурой, а также культурой речи. Поэтому столь высокие требования предъявляются к телеведущему, который обращается к многомиллионной аудитории. Большое внимание при подготовке телевизионных журналистов, работающих в эфире, руководители телекомпаний стали уделять вопросам коммуникативной компетентности как критерию профессионализма. Профессионализм – это степень профессиональной компетентности, умение применять профессиональные знания в полном объеме при решении задач, связанных с профессиональной деятельностью. Профессионализм журналиста следует оценивать по качеству той информации, которую он популяризирует. При этом информация об описываемом факте должна быть точной, а журналист должен обладать способностью к структурированному и ценностному синтезу, уметь собирать информацию, работать с источниками информации, анализировать ее, оценивать, ставить правильные вопросы. «Подбор фактов, острейшие вопросы собеседникам, работа с политиками „на расстоянии вытянутой руки“ – вот подлинный профессионализм», – считает Г. В. Кузнецов. С нашей точки зрения, это одно из критически важных умений телеведущего, определяющих коммуникативность. При этом телеведущий должен четко понимать, для кого он делает свою передачу

и с какой целью. По мнению С. Л. Уразовой, «ведущий критерий понятия „профессионализм“, основанный на компетенциях, навыках, мировоззренческом багаже, определяется понятием „безупречность“» [1].

Многие ученые и специалисты акцентировали внимание на значении внушения в общественных процессах. Необходимо подчеркнуть различия внушения и убеждения как непосредственных элементов воздействия. Внушение осуществляется манипулятивным методом, также действует контрвнушение для сохранения самобытности восприятия индивида. Убеждение – процесс логического обоснования с целью добиться результата. В ходе убеждения приводятся факты, аргументы, разъяснения. Убеждение предполагает активное участие субъекта, ибо ему предлагается ряд доводов, которые он осмысливает и принимает или отвергает. «Внушение, напротив, „обходит“ разум субъекта и проникает в психическую сферу помимо личного сознания, входя без особой переработки непосредственно в сферу общего сознания и укрепляясь там, как всякий предмет пассивного восприятия» [2].

Телевидение – наиболее популярный источник информации для аудитории. Именно телевидение является основным инструментом политического влияния на аудиторию в силу объективных технических качеств. Эстетика телевидения воплощает в себе два принципа. Во-первых, это мозаичность изображения, представляющего весь мир в качестве не связанных однозначной логической связью сообщений (когда, например, за короткий отрезок времени появляется разномасштабная и разноплановая информация из различных областей жизни). Во-вторых, это резонанс (взаимоусиление) поступающих в сознание телезрителя сообщений, который преодолевает их мозаичную раздробленность, объединяя в устанавливаемое работой сознания смысловое единство. «Человек может контролировать, „фильтровать“ сообщения, которые он получает по одному каналу, например, через слово и через зрительные образы. Когда эти каналы соединяются, эффективность внедрения в сознание резко возрастает – „фильтры“ рвутся. Текст, читаемый диктором, воспринимается как очевидная истина, если дается на фоне видеоряда – образов, снятых „на месте событий“. Критическое осмысление резко затрудняется, даже если видеоряд не имеет никакой связи с текстом» [3].

Телеведущие не только информируют, но также психологически влияют на зрителей. Телевидение отличается от других видов коммуникации, например, образы, которые мы видим на экране, в отличие от знаков языка или письма, предрасположены к тому, чтобы зритель их прочитывал, как обычное и естественное событие. Мы все знаем, что именно телевидение создает эффект присутствия, что еще больше усиливает человеческие чувства, например, сопереживание, сочувствие, страх или, наоборот, радость, смех. Таким образом, у аудитории складывается такой же взгляд на окружающий мир, как им внушает образная телекоммуникация. Можно сказать, что мы все находимся под воздействием ведущего, смотря ту или иную программу. А что все-таки делает журналиста настоящим психологом? Постараемся рассмотреть методы работы известного казахстанского телеведущего Артура Платонова. На данный момент А. Платонов является автором идеи и ведущим программы «Слуги народа» на телеканале КТК.

Авторская программа «Слуги народа» является актуальной программой казахстанского телевидения. Людей интересует не то, что красиво украшено картинкой, а то, что реально показывает и раскрывает проблемы. Программа посвящена тем, кого называют «слугами народа». Чиновники высшего ранга, депутаты, главы регионов в частной беседе рассказывают то, что редко можно услышать в обычной ситуации. Проект «Слуги народа» создан для обсуждения деятельности людей, которые оказывают влияние на нашу повседневную жизнь. Действительно, посмотрев выпуски программы, можно с уверенностью сказать, что Артур Платонов – тот, кто не боится задавать «слугам народа» вопросы, которые волнуют всех. Главной отличительной чертой Артура Платонова является его поставленный голос, а затем – манера, мимика, острый взгляд, образ уверенного в себе журналиста, который не боится «копать» глубже и получать ответы на острые вопросы. Рассмотрим выпуск от 18.01.2015, темой которого было образование. Рассматривались следующие злободневные вопросы: 11 лет обучения или все же 12; будет ли изменена структура ЕНТ (единое национальное тестирование); кто проверяет, что пишут в наших учебниках; будут ли ликвидированы аварийные школы; как устроиться студентам и выпускникам вузов на работу, если при трудоустройстве требуют 3 года стажа; почему вымогают деньги, начиная с детских садов, затем их требуют и в школах, и вузах; как бороться с коррупцией в системе образования.

Ведущий не боится задавать эти вопросы министру образования и науки. Если говорить о программе в целом, структура ее проста, ведущий задает интервьюруемому вопросы, естественно, ожидая ответ. Атмосфера между беседующими доброжелательная. Ведущий идет строго по своему списку вопросов, не заостряя внимания на каждом, а самое главное – не отдалается от главной темы, что немаловажно, иначе интервьюируемый чаще всего хочет уйти от вопроса, особенно не удобного для него, переходя на другую тему. Артур Платонов не поддается такому влиянию, он точно знает, что ему нужно узнать и что стоит добавить или где поправить интервьюируемого, применяя в беседе метод убеждения собеседника.

Конечно, все проблемы, поднимаемые в телеэфире, быстро не решаются и не могут быть решены за короткое время, но то, что они обсуждаются в программе, которую смотрят миллионы людей, – это уже хорошо.

Библиографический список

1. Кузнецов, Г. В. Семь профессиональных граней журналиста ТВ / Г. В. Кузнецов. – М. : ИПК работников ТВ и РВ, 2001. – С. 7.
2. Кара-Мурза, С. Манипуляция сознанием / С. Кара-Мурза. – М. : Алгоритм, 2000. – 47 с.
3. Шиллер, Г. Манипуляторы сознанием / Г. Шиллер. – М. : Мысль, 1980. – 124 с.