

ББК 76.02
УДК 070 (574.21)

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

**ПРИЕМЫ РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ ЖУРНАЛИСТА
НА ТЕЛЕЗРИТЕЛЯ (НА ПРИМЕРЕ КАЗАХСТАНСКИХ
ТЕЛЕПРОГРАММ)
TECHNIQUES OF SPEECH INFLUENCE THE JOURNALIST
ON THE VIEWER (FOR THE EXAMPLE KAZAKH TV)**

Аннотация: В статье вводится такое понятие, как манипуляция. Рассматривается и исследуется мастерство телеведущего. Изучены речевые приемы телеведущего, которые оказывают воздействие на телезрителя. Аналогом для научного исследования данных приемов являются казахстанские телепрограммы, которые транслируются на коммерческом телевизионном канале.

Ключевые слова: экранное слово; манипуляция; мастерство; рефлексивное управление.

Abstract: The notion of manipulation is introduced in this article. Skills and dexterity of a TV host are examined and investigated. Studied voice techniques of a TV host that affect on audience. Analogue data for scientific research methods are Kazakh TV programs that are broadcasted on commercial television channel.

Keywords: the word screen; keying; skill and agility; reflexive governance.

Экранное слово, произнесенное в кадре или за кадром, оживает, обретая богатство красок человеческой речи. «Оно персонифицировано, наделено чертами самого образа, который живет на экране, будь то человек, предмет, процесс – любое явление действительности» [6]. Все это предъявляет к «живому» слову особые эстетические требования. Э. Г. Багиров говорит о трех эффектах телеречи при взаимодействии с аудиторией: «эффекте присутствия» – прямом общении телезрителя; «эффекте доверия» – личностном общении телезрителя; «эффекте диалога» – двустороннем общении телезрителя [1]. Казалось бы, ничего сверхъестественного, но именно эти эффекты полностью располагают к себе телезрителя. Если человек наблюдает на экране определенную картину, допустим, телепрограмму, рассказывающую о человеке, который пережил какую-то трагедию. Телезритель полностью погружается в нее, на него влияет телеведущий, который старается донести эмоции героя. В целом на телезрителя может повлиять абсолютно все, включая музыку, заставку, разговор телеведущего с героем данной программы и т. д. Но назревает вопрос, как телеведущий влияет на телезрителя и, наконец, насколько хорошо у него это получается? Отвечая на данные вопросы, нам необходимо обратиться к психологии. Ведь одним словом это можно

назвать манипуляцией. Благодаря такому «волшебству», сам человек может находиться одновременно в двух мирах, в реальном и воображаемом.

Слово манипуляция произошло от лат. *manipulus* – пригоршня, горсть, *manus* – рука, действие рукой или руками при выполнении какой-либо сложной работы; сложный прием в ручной работе. В переносном смысле – проделка, махинация [2]. Другими словами, это управление кем-либо или чем-либо. По определению Современного словаря социологии манипуляция – вид применения власти, при котором обладающий ею влияет на поведение других, не раскрывая характер поведения, которого он от них ожидает. Характерной особенностью использования психологических манипуляций является устойчивое сочетание манипулятивных приемов с особенностями и условиями их применения в коммуникативных ситуациях для скрытого получения информации от партнера по общению. Психологической основой распространения человеком информации, которую он не должен был бы доводить до сведения других, или даже той, которая может представлять угрозу для его личной безопасности, является устойчивая природная тяга людей ко всему новому, интересному, неизвестному, выводящая информационный обмен на уровень духовной потребности. Другая основа – примитивистская: эгоизм, самоутверждение, желание продемонстрировать свою исключительность, значимость, особую роль. Бывает и так, что человек вынужден что-либо скрывать из-за интересов организации, в которой работает, при этом испытывая дискомфорт и обиду в силу того, что о его необычных успехах или особой информированности не знают другие, в том числе близкие люди. Эгоцентрические качества личности, такие как амбиции, тщеславие, завышенная самооценка, также становятся мишенями манипулятивного воздействия в ходе межличностного взаимодействия, ставящего своей целью скрытое получение информации. В практике это реализуется в случаях, когда объект воздействия удается спровоцировать на то, чтобы он «осадил» собеседника в процессе спора или дискуссии, показал собственную осведомленность, используя при этом информацию, которая прежде не предназначалась для разглашения. Таким образом, и то, что принято относить к положительным качествам личности (открытость, желание помочь другим) и негативные качества (эгоцентризм, высокомерие), становясь мишенями манипулятивного воздействия в коммуникативных процессах, могут явиться источником угрозы для безопасности личности.

Демонстрация осведомленности. Этот прием активно используется в ситуациях, когда инициатор воздействия имеет возможность показать владение некоторыми деталями интересующего вопроса для того, чтобы получить дополнительную информацию. Однако даже незначительные сомнения партнера по общению в том, что на него воздействуют с помощью блефа, может свести на нет прилагаемые усилия. Об особенностях применения указанного приема хорошо сказал Х. Одзаки – один из членов разведывательной группы, созданной Рихардом Зорге во время Второй мировой войны в Японии: «Никогда не нужно показывать, что вы хотите получить от собеседника интересующие вас сведения. Люди, особенно занимающие важные посты, просто откажутся разговаривать с вами, если у них возникнет хоть малейшее подозрение о вашем намерении до-

быть ту или иную информацию. Если же вам, напротив, удастся создать впечатление, что вы знаете гораздо больше, чем ваш потенциальный источник, он сам с улыбкой выложит все, что ему известно» [4].

Мастерство и ловкость при осуществлении манипулятивных действий. Для того чтобы манипуляция осуществилась, нужно тщательно подобрать приемы, которые поспособствуют результативному воздействию на оппонента. Необходимо научиться скрытому их применению, а также немаловажно научиться прогнозировать конечный результат [3].

Суть понятия «рефлексивное управление» специалисты определяют следующим образом. «Управление решением противника, в конечном итоге, навязывание ему определенной стратегии поведения при рефлексивном взаимодействии осуществляется не прямо, не грубым принуждением, а путем передачи ему оснований, из которых тот мог бы логически вывести свое, но predeterminedное другой стороной решение. Передача оснований означает подключение X к процессу отображения ситуации Y, тем самым X начинает управлять процессом принятия решения. Процесс передачи оснований для принятия решений одним из противников другому мы называем рефлексивным управлением. Любые "обманные движения" (провокации и интриги, маскировки и розыгрыши, создание ложных объектов и вообще ложь в любом контексте) представляет собой реализацию рефлексивного управления» [5].

Таким образом, любые манипуляции и акты манипулятивного воздействия выступают как составные элементы данного процесса, т. е. в понятии рефлексивного управления отражается общий подход к управлению противником в конфликте с использованием разнообразных приемов тайного принуждения людей и применением механизма рефлексии для этих целей. В самом общем виде в социальной психологии рефлексия выступает в форме осознания действующим субъектом (лицом или общностью) того, как они в действительности воспринимаются и оцениваются другими индивидами или общностями.

Под исследовательскую мишень попал коммерческий телевизионный канал (КТК). Впервые он появился в эфире в феврале 1991 года. За пройденное время работы КТК получил статус национального вещателя и стал признанным лидером телевизионного рынка Казахстана. Как звучит тема статьи, приемы речевого воздействия журналиста на телезрителя. В целом вопрос дает задуматься, как именно принимают такие приемы наши казахстанские телеведущие? Манеры, голос, взгляд, мимика тоже ведь являются каким-то манипулятором. «Портрет недели» – так называется итоговая еженедельная программа на данном телеканале. Автором идеи и первым ведущим является Михаил Устюгов. С первых выпусков программа набирает рейтинг и становится популярной. На данный момент ведущим является Платонов Артур Станиславович – казахстанский тележурналист, телеведущий, общественный деятель. Его программы телезрителям нравятся тем, что они всегда содержательны и полезны. Проанализировав выпуски программы «Портрет недели», можно сказать, что в них телеведущий сильно влияет на зрителя, хочется отметить, что положительно. Самое главное: он умеет заинтересовать и заинтриговать зрителя и направить все внимание

на освещаемую проблему. В данной телепрограмме ведущий ставит определенные вопросы, тем самым обращаясь к зрителям. Тембр голоса, серьезность подачи материала, манеры – все это располагает к доверию. Если ведущий на экране ведет себя уверенно, то и зритель будет уверен в том, что действительно журналисты могут помочь в решении возникших ситуаций и проблем. Главная задача ведущего – излагать достоверную информацию и, конечно, завоевать доверие зрителя. И здесь необходимы базовые знания психологии.

Библиографический список

1. Багиров, Э. Г. Очерки теории телевидения / Э. Г. Багиров. – М. : Искусство. – М., 1978. – 152 с.
2. Бахтин, М. М. Эстетика словесного творчества / М. М. Бахтин. – М. : Рипол Классик, 1979. – 423 с.
3. Джоуэтт, Г. С. Пропаганда и внушение / Г. С. Джоуэтт, В. О’Доннел // Реклама: Внушение и манипуляция: Медиа-ориентированный подход: учебное пособие ; ред.-сост. Д. Я. Райгородский.– Самара, 2001. – 752 с.
4. Колесников, М. Рихард Зорге / М. Колесников. – М., 1971. – 340 с.
5. Лефевр, В. А. Алгебра конфликта / В. А. Лефевр, Г. Л. Смолян. – М. : Знание, 1968. – 50 с.
6. Телевизионная журналистика : учебник [для вузов] / под ред. Г. В. Кузнецова, В. Л. Цвик, А. Я. Юровского. – 4-е изд., испр. перераб. – М. : Изд-во Моск. ун-та ; Высшая школа. – М., 2002. – 289 с.