

Министерство образования Республики Беларусь  
Учреждение образования «Витебский государственный  
университет имени П.М. Машерова»  
Кафедра белорусской литературы

**А.В. Новосельцева**

**ПСИХОЛОГИЯ  
ЖУРНАЛИСТИКИ**

*Курс лекций*

*Витебск  
ВГУ имени П.М. Машерова  
2013*

ББК 76.01я73  
УДК 070(075.8)  
Н76

Печатается по решению научно-методического совета учреждения образования «Витебский государственный университет имени П.М. Машерова». Протокол № 1 от 24.10.2013 г.

Автор: старший преподаватель кафедры белорусской литературы ВГУ имени П.М. Машерова, кандидат филологических наук,  
**А.В. Новосельцева**

Рецензент:  
заведующий кафедрой белорусской литературы ВГУ имени П.М. Машерова, кандидат филологических наук, доцент *О.И. Русилко*

**Новосельцева, А.В.**

**Н76** Психология журналистики : курс лекций / А.В. Новосельцева. – Витебск : ВГУ имени П.М. Машерова, 2013. – 50 с.

Курс лекций составлен в соответствии с требованиями образовательного стандарта и типовой учебной программы «Психология журналистики» по специальности «Белорусский язык и литература. Журналистика», регистрационный № ТД-А 394 от 18.07.2011 г.

Данное учебное издание адресовано студентам III курса специальности «Белорусский язык и литература. Журналистика» дневной формы обучения.

УДК 070(075.8)  
ББК 76.01я73

© Новосельцева А.В., 2013  
© ВГУ имени П.М. Машерова, 2013

## Пояснительная записка

Современные условия развития общества определяют специфические требования к профессиональным качествам журналиста. Психологическая компетентность профессионалов в сфере массовой коммуникации проявляется в способности своевременно обеспечивать аудиторию социально значимой информацией. Именно поэтому расширение представлений будущих журналистов о закономерностях развития и функционирования психологии человека, о психологических особенностях восприятия медиа-информации, о психологических эффектах деятельности средств массовой информации является актуальным. Формирование у студентов данной специальности психологической грамотности будет способствовать становлению профессиональной культуры будущего журналиста.

Психология журналистики изучает психологические и социально-психологические аспекты функционирования массовой информации в обществе. Психологическая культура и психологическая компетентность журналиста включают познание себя как личности и будущего профессионала, владение психологическими методами воздействия на массовое сознание и поведение аудитории, понимание психологических особенностей журналистского творчества. Целью дисциплины является выработка у студентов знаний о психологическом компоненте журналистской деятельности.

Профессиональная подготовка будущих специалистов СМИ требует решения следующих задач:

- рассмотрение закономерностей формирования и функционирования психологии журналиста как личности и профессионала;
- изучение специфики журналистского творчества в условиях перехода общества к медийной цивилизации;
- анализ форм и методов психологического воздействия СМИ на сознание и поведение аудитории.

В результате изучения дисциплины студент должен знать:

- ✓ основные понятия и категории психологии журналистики;
- ✓ систему взаимодействия журналистики с политическими институтами общества;
- ✓ механизмы психологического воздействия масс-медиа на сознание и поведение аудитории.

В результате изучения дисциплины студент должен уметь:

- ❖ грамотно освещать общественно-политическую жизнь региона;
- ❖ анализировать механизмы психологического воздействия масс-медиа;
- ❖ применять методы психологической регуляции в профессиональной деятельности.

Дисциплина непосредственно связана с такими предметами, как «Методика журналистской деятельности», «Профессиональная этика журналиста». Данный курс лекций рекомендован студентам III курса специальности «Белорусский язык и литература. Журналистика» дневной формы обучения и составлен в соответствии с требованиями образовательного стандарта и типовой учебной программы «Психология журналистики» по специальности «Белорусский язык и литература. Журналистика», регистрационный № ТД-А 394 от 18.07.2011 г.

## ТЕМАТИКА И КРАТКОЕ СОДЕРЖАНИЕ ЛЕКЦИЙ

### СТРУКТУРНЫЕ КОМПОНЕНТЫ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

*Содержание темы: 1. Функции журналистики и PR-деятельности. 2. Специфические характеристики PR-коммуникаций. 3. Основные теории прессы.*

Весь XX век прошел под знаком бурного формирования и развития мировой информационной индустрии. Под влиянием научно-технического прогресса появлялись все новые и новые средства информации и коммуникации в области печати, радио, телевидения, связи, телеграфа. Постепенно количество источников информации переходило в качество. В последние десятилетия родились всемирная сеть телевизионных новостей и Интернет. Увеличение числа традиционных СМИ в сочетании с появлением новейших электронных средств привело к беспрецедентному насыщению человечества информацией, можно говорить о становлении глобального информационного общества. Значимая роль в функционировании информационного общества принадлежит журналисту, его профессиональной деятельности.

А.И. Соловьев подчёркивает, что долгое время профессиональное обозначение «журналист» было всеобъемлющей формой типизации многих видов деятельности в сфере коммуникации. Если ещё в XVIII столетии журналистом считали образованного писателя, который обсуждает законодательные, хозяйственные и культурные мероприятия, то уже в следующем столетии журналист приобретает совершенно иные профессиональные функции. Журналист XIX века – это человек критически настроенный и полемизирующий, который пишет с блеском и весьма лично, и которого слышит интеллигенция страны. Как подчёркивает А.И. Соловьев, «прерогатива выражать общественное мнение отчасти осталась за журналистом и сейчас. Однако теперь, как никогда раньше, в обозначении того или иного профиля коммуникационной профессии стал присутствовать элемент “впитывающей губки”» [4, с. 28–29]. Иными словами, в зависимости от специфики профессиональной деятельности, журналист может называть себя и публицистом, и репортёром, и писателем, и редактором.

Ввиду «этикеточного беспорядка» в коммуникационной сфере с конца 60-х гг. XX века в западных странах именно применительно к новым родам коммуникационной деятельности стало использоваться простое функционально-описательное понятие *maker* («мейкер»). С этого времени наступает эра рождения таких обозначений, как «кинемейкер», «ТВ-мейкер», «пресс-мейкер», «имиджмейкер», «PR-мейкер», «нюсмейкер» и т. п.

Определяя сущность и содержание публичных рилейшнз и характеризуя место этого общественного феномена в повседневной жизни, В.Г. Королько отмечает, что для удовлетворения своих потребностей индивиды и социальные группы уснащают и постоянно поддерживают между собой различные взаимосвязи. Это требует осознания степени взаимозависимости социальных субъектов, необходимости их взаимодействия, а отсюда – и различного уровня социальных, политических и экономических компромиссов. Взаимосвязям и взаимодействию социальных субъектов всегда латентно присуща определенная степень конфликтности интересов, которая постоянно возрастает и обостряется в современных условиях. Когда говорят о процессах взаимоотношений между индивидами и конфликтности их интересов, все более-менее понятно: исследованиям этих процессов по-

священы разделы социальной науки под названием «человеческое или межличностное общение (связи)». Если коснуться сферы взаимосвязей между народами и странами мира, противоречий и конфликтов, возникающих между ними, то и тут существует определенная ясность: эти вопросы изучает наука, получившая название «международные отношения (связи)». «Если же речь идет об отношениях и взаимодействии между отдельными организациями, между этими организациями и окружающими их группами общественности, то этими вопросами занимается теория и практика связей с общественностью – «паблик рилейшнз» [2, с. 20].

Учёный особо отмечает, что связи с общественностью – явление намного более глубокое и широкое, чем просто отделы, функционирующие в отдельных организациях и учреждениях, или самостоятельные консультативные фирмы паблик рилейшнз, к услугам которых обращаются клиенты. И теоретики, и практики этой системы постоянно подчеркивают, что она является наукой и искусством формирования общественного мнения в желаемом направлении. Паблик рилейшнз касается любой организации, как коммерческой, так и некоммерческой и включает все взаимодействия, в ходе которых организация вступает в контакт с людьми. Отдельный человек также участвует в паблик рилейшнз, если он только не существует совершенно изолированно, не общаясь с другими людьми. Public relations, связи с общественностью, представляют собой систему информационного взаимодействия с целью решения порой весьма сложных практических задач – от повышения продаж до реализации социальной политики государства. PR пронизывают всю структуру общественных отношений.

Паблик рилейшнз – наука и искусство налаживания взаимного понимания и доброжелательности между личностью, фирмой или учреждением и общественностью. Сторонником такого подхода, в частности, был Сэм Блэк, определявший паблик рилейшнз как искусство и науку достижения гармонии посредством взаимопонимания, основанного на правде и полной информированности.

Большая часть современных определений PR сводится именно к такой дефиниции. Вместе с тем сторонники деятельностного подхода к определению PR выделяют в нем прежде всего функцию управления: паблик рилейшнз – это функция управления, призванная оценивать отношение публики, идентифицировать политику и действия частного лица или организации относительно общественных интересов и выполнять программу деятельности, направленную на достижение понимания и восприятия их широкими массами.

Паблик рилейшнз охватывает весьма широкий спектр общественных институтов, например, коммерческие предприятия, профсоюзы, правительственные агентства, добровольные ассоциации, фонды, больницы, школы, колледжи и религиозные организации. Пытаясь достичь стоящих перед ними целей, эти субъекты вынуждены развивать эффективные отношения с различными группами общества: служащими, потребителями, акционерами, другими структурами, а также с общественностью в целом.

Целью любого вида деятельности является результат, который должен быть получен в процессе данной деятельности. Достижение цели происходит путем решения поставленных задач и выполнения определенных функций. Основопологающей целью PR является формирование ситуации успеха организации (или объекта PR) в обществе, формирование эффективной системы коммуникаций социального объекта с его общественностью, которая обеспечивает оптимизацию социальных взаимодействий с важными для него сегментами общества. Также целями PR считаются: позиционирование предмета PR, создание и поддержание (воспроизводство) понятного, благоприятного и управляемого имиджа; повыше-

ние имиджа (при необходимости снижение имиджа); изучение влияния внешней среды на деятельность организаций (предмета PR).

Функции связей с общественностью проявляются во всех аспектах этого вида деятельности, начиная с исследования проблемы и постановки цели, на протяжении разработки стратегии и тактики и заканчивая реализацией программы и оценкой ее эффективности. Важной функцией PR является коммуникативная. В системе коммуникаций PR имеет такие функции, как: исследовательская, планирующая, организаторская и экспертная.

Функциями PR также можно назвать: установление взаимопонимания и доверительных отношений между организацией и общественностью; сохранение репутации организации; создание у сотрудников организации чувства ответственности и заинтересованности в делах предприятия; расширение сферы влияния организации средствами соответствующей пропаганды и рекламы. Еще одна из важных функций PR – консалтинговая.

По своему содержанию PR-деятельность имеет сходство с рекламой, но в отличие от нее связи с общественностью имеют целью достижение гармонизации при помощи диалога с общественностью, а не прямую продажу товара. В содержание PR входят деятельность по планированию, исследованию и реализации программ и определение эффективности воздействия программ на общественность. Значительное место в содержании PR-деятельности занимают консалтинговые услуги по вопросам политики, деятельности и коммуникаций.

Как тонко отмечает С.Г. Корконосенко, «единого определения сущности журналистики, по всей видимости, мы не найдём. Она – жизнеподобна, хотя бы в силу своей документальной основы, зримости и предметности форм отображения реальности, обострённой злободневности и проникновению во все области социального мира, как в тематическом, так и в географическом измерениях» [1, с. 94]. По причине своего жизнеподобия, продолжает учёный, журналистика не укладывается в жёсткие схемы, течёт, с годами открывает себя в новых качествах, носит в себе несколько сущностных содержаний, в зависимости от угла зрения. Каждое из сущностных содержаний, в свой черёд, доступно более или менее строгому отражению научным, вполне рациональным сознанием.

Блестящий образец понимания прессы как жизнеподобного явления, развёртывающегося во времени и социальном пространстве, более ста лет назад дал немецкий исследователь Л. Саламон. Журналистика, по его заключению, является «монологом эпохи о самой себе, поэтому в ней обнаруживаются наиболее сокровенные жизненные нервы времени. Поначалу газета не имела такого значения. Она служила просто распространительницей новых известий... Впоследствии к этой функции присоединилась вторая – обсуждение приведенных происшествий, вопросов текущей политики; при этом развивалась определённая критическая оценка общего положения дел... она сделалась рупором общественного мнения. Но она не остановилась на этом; она овладела образованием эпохи, она стала рассадником просвещения в широких слоях населения, источником духовной жизни масс, почерпающих свои знания почти исключительно из газет» [3, с. 70].

В предложенной характеристике не говорится о поэтапном замещении одного свойства прессы другим, которые только прибывают по мере развития самой печати. Так, заостряет внимание С.Г. Корконосенко, бурное развитие газетно-журнального дела и его влияние на общественную жизнь с ранних пор вызывали дискуссии о духовных и нравственных основах журналистской деятельности, об отношениях прессы с политической властью, обществом, личностью и т.п. Идеиная борьба вокруг коренных проблем, наметившаяся в XVIII – начале XIX в., со-

проводит практику СМИ до сего Дня. Причем в этих спорах принимают участие не только сами журналисты, но и выдающиеся философы, политические деятели, правоведы. Параллельно развитию журналистики формировались различные идейно-теоретические направления, в русле которых решались данные проблемы.

Гуманитарно-демократическое направление берет исток во взглядах деятелей эпохи Просвещения. Буржуазные революции были буквально вскормлены идеями, которые во Франции развивали Вольтер и Ж.-Ж. Руссо, в Англии Дж. Локк и Д. Дефо, в Германии Г.Э. Лессинг и И.В. Гете, в Америке Б. Франклин и Т. Пейн, в России М.В. Ломоносов и А.Н. Радищев и другие блестящие мыслители. От них ранние буржуазные политические движения унаследовали неприятие феодально-теократического тоталитаризма, приверженность идеалам гражданского общества, всеобщего равенства перед законом и, может быть, главное – неограниченной свободы человеческого разума и духовного творчества. Одним из центральных предметов дискуссий стала свобода печати. Кроме юридического признания независимости прессы демократические силы добивались духовно-творческой свободы. Под влиянием идей Просвещения они рассматривали журналистику как средство честного познания обществом самого себя.

В неразрывной связи со свободой печати вырабатываются взгляды на ее социальную ответственность. Одним из первых эту тему поднял Дж. Мильтон – поэт и памфлетист, последовательный защитник республиканских завоеваний в Англии (XVII век). По его мнению, свобода не может быть безграничной, ибо тогда ею могут воспользоваться лгуны и клеветники, противники республики. Мильтон говорил об ответственности публициста перед народом, которому только и может принадлежать власть в государстве. Демократичность печати как раз и надо понимать как ее ответственность перед народом.

Широко известная работа Фреда С. Сиберта, Уилбура Шрамма и Теодора Питерсона «Четыре теории прессы» (1956) характеризует основные теории СМИ – авторитарную, либертарианскую, теорию социальной ответственности и советскую тоталитарную теорию, которые можно свести к двум – тоталитарной и демократической.

Сейчас весьма популярна теория социальной ответственности в связи с тем, что стала осознаваться все более значительная роль СМИ на общество, хотя существуют наряду с этим и теории минимального влияния на общество – позитивистский взгляд на взаимоотношения СМИ и аудитории. Теории, приведенные выше, созданы полвека назад, и хотя она сохраняет до сих пор свое значение, логично назвать более современные теории. Наиболее известными стали: теория «третьей волны», теория открытости и закрытости, теория социальных ожиданий, теория самовоспроизводства, теория свободной печати, теория «стереотипных капсул», теория свертывания материалов печати, теория повестки дня, теория статус-кво, теория селективной экспозиции, теория обретения пользы и удовольствия, теория магической пули, теория наименьшей неприемлемости программ, теория двухступенчатости информационного потока, теории медиаэффектов, теория коммуникаций в XXI веке.

Отмечая значимость всех названных теорий, нужно особо подчеркнуть, что теорию социальной ответственности в наибольшей мере продолжает теория социальных ожиданий, где главное внимание направлено на воспитательные функции СМИ, процесс формирования массовой аудитории. Также важна теория «третьей волны», содержание которой сводится к тому, что выделяют три волны цивилизации: аграрная (до XVIII в.), индустриальная (до 1955 г.), постиндустриальная (когда ведущую роль играют средства коммуникационно-компьютерного воздейст-

вия на общество). Теория коммуникаций в XXI веке в свою очередь раскрывает многопрофильные исследования возможностей и последствий влияния новых коммуникационных технологий на общество, культуру и судьбы журналистики.

#### **Литература:**

1. Корконосенко, С.Г. Теория журналистики : моделирование и применение / С.Г. Корконосенко. – М.: Логос, 2010. – 248 с.
2. Королько, В.Г. Основы публичных речей : учеб. для вузов / В.Г. Королько. – М. : Рефл-бук. – Киев: Ваклер, 2000. – 526 с.
3. Саламон, Л. Всеобщая история прессы / Л. Саламон // История печати : антология : учеб. пособие для вузов по направлению подгот. бакалавров и магистров «Журналистика» и специальности подгот. дипломир. специалистов «Журналистика» / сост., предисл. и коммент. Я.Н. Засурского, Е.Л. Вартановой. – М., 2001. – С. 65–194.
4. Соловьев, А.И. Основы информационно-коммуникационной деятельности / А.И. Соловьёв. – Минск : БГУ, 2009. – 191 с.

### **ХАРАКТЕРИСТИКА ЛИЧНОСТНО-ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КАЧЕСТВ КОММУНИКАТОРА**

*Содержание темы: 1. Системообразующие признаки журналистской профессии. 2. Исследования модели личности журналиста. 3. Понятие о профессиональном имидже коммуникатора.*

Если ещё в XVIII столетии журналистом считали образованного писателя, который обсуждает законодательные, хозяйственные и культурные мероприятия, то уже в следующем столетии журналист приобретает совершенно иные профессиональные функции. Журналист XIX века – это человек критически настроенный и полемизирующий, который пишет с блеском и весьма лично, и которого слышит интеллигенция страны. Как подчёркивает А.И. Соловьев, «прерогатива выражать общественное мнение отчасти осталась за журналистом и сейчас. Однако теперь, как никогда раньше, в обозначении того или иного профиля коммуникационной профессии стал присутствовать элемент “впитывающей губки”» [5, с. 28–29]. Иными словами, в зависимости от специфики профессиональной деятельности, журналист может называть себя и публицистом, и репортёром, и писателем, и редактором.

Если во время развития протожурнализма основным считалось наличие интересной, яркой информации, способной привлечь большое количество читателей, то персональный журнализм ставил перед собой более конкретные задачи: развитие газетной печати, распространение первых изданий, разработка определенного стиля и языка публикации, анализ общественных проблем.

С появлением массового журнализма в публицистику приходит большое количество авторов с оригинальными идеями, новыми предложениями. Именно на этом этапе начинается шлифовка основных жанров журналистики, происходят изменения в структуре издательств (за каждым человеком закреплены определенные обязанности), о журналистике можно говорить как о профессии. В эпоху «нового журнализма», который непосредственно связан с развитием телевидения, радио, веб-журналистики, в центре творчества становится сам журналист как субъект профессиональной деятельности.



Многоаспектность функционирования СМИ, отсутствие четко обозначенных границ их влияния, разносторонность деятельности сотрудников газет, журналов, теле- и радиостудий порождают мнения о том, что журналистика не является самостоятельной профессией. В русле западных традиций журналистскую деятельность называют занятием, ремеслом, призванием, не нуждающимся в образовании и особых знаниях. В частности, известный американский исследователь журналистики Джон Меррилл доказывает, что журналистика – это не профессия и не должна быть ею. Журналистика есть занятие, ремесло, призвание, открытая каждому, независимо от его образования. Чем больше журналистика будет становиться профессией, тем больше она будет терять новаторство, а журналисты будут думать не об общественных интересах, а прежде всего о своих собственных. Согласно Мишелю Бромлею, журналистика не идентична ни профессии, ни ремеслу, но, тем не менее, ей присущи характерные черты как первого, так и второго. Эдмунд Ламбет предложил определение как ремесла с профессиональной ответственностью.

В русле советской традиции широкое понимание журналистики раскрывает В.А. Аграновский: «Наша профессия, хоть и вторая из древнейших, до сих пор, к сожалению, не имеет стройной и всеми признанной теории. Мы и сегодня еще плохо знаем, что такое журналистика. Форма общественного сознания и средство изменения жизни? Подобно литературе, живописи, музыке, архитектуре, театру и кино – род искусства? Или входит в литературу как понятие видовое, подобно поэзии, драматургии, прозе и художественному переводу? Или, наконец, еще хуже – жанр прозы, стоящий в одном ряду с романом, повестью, рассказом, и этот ряд можно продолжить очерком, фельетоном, памфлетом, статьей, репортажем, эссе? Работы многих авторитетных ученых, посвященные теоретическим проблемам журналистики, при всей их значительности и глубине содержат взаимные противоречия и не дают, увы, полного ответа на поставленные вопросы» [1, с. 4].

Есть и другие, прямо противоположные точки зрения, согласно которым журналистика требует специальной подготовки, широких познаний, навыков, обладает некими организационными характеристиками и нацелена на служение обществу, а значит, у нее есть все признаки профессии.

По мнению американских авторов, сотрудники редакций по-настоящему почувствовали себя профессионалами в первые десятилетия XX в. Тогда же активизировались поиски модели, способной вобрать в себя главное в профессиональной практике: от техники труда до чувства ответственности. В этой модели сочетаются устойчивые элементы (они придают ей качественную определенность, стабильность) и гибкие, переменные компоненты, находящиеся в зависимости от обстоятельств места и времени, объективных и субъективных факторов.

Среди ведущих, системообразующих *признаков* журналистской профессии выделяются следующие: функции, преобладающие виды; тип, характеристики, объект и условия деятельности; типы контактов и способы взаимодействия с аудиторией; объекты отражения; система источников информации; режим и ритм труда. Труд журналиста профессионален: подчинен заданным алгоритмам, зависим от знаний, подготовки, практических навыков, корпоративных традиций. Для газетчика (как и для любого другого специалиста) необходим опыт решения сходных задач, позволяющий экономить силы, время и избежать типичных ошибок.

В связи с этим формируется модель журналиста как целостность основных профессиональных, гражданских, нравственных, психологических, творческих, социально-демографических характеристик, которые делают его профессионалом, творческой личностью, способной эффективно выполнять свои функции в обществе.

Л.Г. Свитич предлагает следующую классификацию структурных компонентов модели личности журналиста: профессиональные; гражданские; моральные; социально-демографические; психологические. Каждый из приведенных компонентов имеет ряд составляющих, которые показывают личностные качества журналиста. Рассмотрим подробнее некоторые из них.

В *социально-демографическом компоненте* немаловажную роль играет возраст. Журналист достигает мастерства и профессионализма, а главное, настоящего понимания социальных процессов в пору зрелости. По данным исследования, проведенного в начале 1990-х годов, средний возраст европейского журналиста равнялся 41 году.

В последние годы журналистский состав стал резко омолаживаться. По исследованиям начала 1990-х годов, в новых средствах информации, куда пришли молодые журналисты, возраст сотрудников стал на два года меньше, чем у представителей традиционных изданий. С омоложением прессы повысились ее активность и динамический потенциал, изменились стиль и ритм публикаций, их характер. Репортерская специализация предпочитает молодых, аналитическая – опытных, а значит, «возрастных» журналистов. Другие специализации – в зависимости от тематики и аудитории. Взросление человека отражает его движение во времени, поиск самого себя.

В этом компоненте необходимо учитывать и *гендерные характеристики личности*. Сегодня вряд ли кто-то усомнится, что женщины вносят особенный и неоценимый вклад в социокультурное развитие. В то же время вызывают полемику рассуждения о том, существует ли женская поэзия и женская проза, женские и мужские профессии. Наконец, нельзя однозначно утверждать, что мы имеем полное представление о феномене «женской журналистики». Тем не менее, анализ трудовых ресурсов СМИ свидетельствует о расширении участия женщин в массовой медийной сфере.

*Литературные способности* – это одна из самых важных составляющих профессионального компонента, критерий журналистского мастерства. Язык и стиль автора, умение изложить свою мысль и раскрыть позицию другого, способность точно и ярко рассказать о событии, передать факт, оценить и объяснить его – важнейшие составляющие профессионализма. Совершенное владение словом для журналиста обязательно.

В профессиональной составляющей личности журналиста также важное место отводится следующим способностям: интеллект, эмоциональность, воля. Помимо того современному работнику СМИ присущи исследовательские, актерские, режиссерские, коммуникативные, организаторские и коммерческие задатки.

Основой способностей служит *интеллект*, обуславливающий усвоение журналистом знаний и опыта, их сохранение, использование в практике. В кризисных ситуациях, когда в обществе обостряется столкновение экономических и политических сил, особая надежда возлагается на активность интеллектуальных возможностей, поскольку они внутренне не ограничены. Интеллект включает в себя *внимание* – своеобразную настройку человека на восприятие информации и выполнение поставленных задач, *воображение* – способность создавать новые образы в ходе отражения действительности, *память* – вид психического отражения действительности, предполагающий закрепление, сохранение и последующее воспроизведение человеком своего опыта, *мышление* – высшую форму творческого проявления личности.

Несмотря на то, что современная техника все больше и больше освобождает нас от необходимости запоминать, *память* остается для журналиста уникаль-

ным механизмом, фиксирующим факты, события, явления. У каждого из нас по преимуществу развит какой-то отдельный вид памяти – зрительной, слуховой, логической или образной. Эта дифференциация существенна при рассмотрении вопроса о специализации сотрудников СМИ – газетчиков, работников теле- и радиостудий, фотомастеров, дизайнеров, репортеров, аналитиков, публицистов. Таким образом, память – важнейшая частица творческой индивидуальности.

В целом, развитие потенциала журналиста осуществляется в ходе профессионального обучения. В настоящее время система журналистской подготовки предоставляет широкие возможности для формирования творческой индивидуальности. Она включает в себя университеты (факультеты и отделения журналистики), институты, школы, многочисленные курсы. Журналистское образование сегодня могут получить и те, кто уже окончил высшую школу по любой другой специальности. Широкий спектр образовательных возможностей помогает будущему работнику СМИ найти свой «интерес», отвечающий его склонностям, задаткам, характерологическим особенностям и позволяющий приобрести знания, без которых подлинного профессионализма достичь сложно.

Но даже синтез знания и способностей еще не дает нам целостного представления о профессиональном журналисте: неповторимость человека раскрывается в его взаимодействии с внешним миром, способностью вступать в контакт с другими людьми. Именно поэтому одной из самых важных составляющих профессиональной модели журналиста является психологический компонент, который включает такие характеристики как тип личности, темперамент, характер и индивидуально-психологические особенности.

Очень часто для обозначения журналиста употребляется термин «коммуникатор», благодаря чему не нужно при каждой конкретной рассматриваемой сфере коммуникационной деятельности опять быть в поиске согласующего профессионального обозначения. С помощью взятого из коммуникационной теории понятия «коммуникатор» добиваются и более легкого доступа к модельным представлениям, к абстрактным умозрительным образцам в коммуникационной сфере. В наиболее общем определении основного свойства коммуникатора последнего обозначили как «реализатора высказывания», так как основная функция коммуникатора – формировать содержание сообщений, которые поступают из окружающего мира и направлены на сознание реципиентов. Ни сама деятельность, ни фиксация на конкретном средстве массовой информации не представляют собой решающего критерия для определения того, можно ли кого-то типизировать в качестве коммуникатора или нет.

Таким образом, *коммуникатор* – тот, кто принимает активное участие в коммуникационном процессе, индивидуальный или коллективный создатель информации. А.М. Сосновская обращает внимание, что в классической социологии выделяются два типа или уровня социологического анализа коммуникатора. В поле зрения исследователей находится широкий круг сторон работы редакции: начиная от планирования и кончая изучением действенности конкретного источника массовой коммуникации. Другой тип исследований связан с более углубленным анализом той или иной стороны редакционной деятельности (изучение многообразных аспектов работы редакций районных газет, основных этапов творчества журналиста). Естественно, что не все из сторон этой работы изучены социологическими или психологическими методами. Однако среди основных направлений журналистики исследователями зачастую выделяются следующие направления, анализируемые социологически и психологически: журналисты и их аудитория; специфика конкретного органа информации в системе журналистики; компетент-

ность журналистов; роли журналистов в обществе; создание журналистских материалов; исследование редакционной почты и СМИ.

Аудитория, как правило, стремится оценить любого коммуникатора, автора статьи, журналиста телевидения, и как бы достроить для себя их образ. Часто эти процессы протекают неосознанно, но они влияют на восприятие передаваемой коммуникатором информации. Наличие в образе журналистов положительных характеристик по факторам «компетентности – убежденности», «уважения – привлекательности» может служить доказательством того, что их образ, сложившийся у аудитории, способствует эффективности передаваемых ими сообщений.

Социально-психологические исследования убедительно показывают, что формированию положительного образа коммуникатора содействуют самые разнообразные его качества. Эти качества важны не только сами по себе, но важным является и то, как они воспринимаются различными группами аудитории. Н.Н. Богомолова выделяет такую группу коммуникаторов, как телекоммуникаторы, «поскольку телевидение в наибольшей степени приближено к форме непосредственного межличностного общения, аудитория имеет возможность формировать свое представление о коммуникаторе СМИ не только на основе содержания его сообщений, как в печати, или его сообщений и голоса, как на радио, но и дополнительно, на основе восприятия его внешности и поведения» [2, с. 93–94].

Исследователь обращает внимание не столько на личностные, сколько на социально-демографические характеристики коммуникатора. Основная особенность последних заключается в том, что это безличные, групповые характеристики, которые свидетельствуют лишь о принадлежности конкретного коммуникатора к определенной большой социальной группе.

А.М. Сосновская сравнивает данные о журналистах некоторых западных стран: «Общие данные таковы: журналистский корпус молодеет в Европе и России и стареет в Америке. Процент женщин в профессии в северных странах растет в результате активности женщин, в России также растет, но по причине финансовой непрестижности профессии, которая мало привлекает мужчин, в Америке не наблюдается тенденция феминизации. Средняя зарплата российских журналистов меньше, чем у их европейских и американских коллег в 20–30 раз (абсолютные показатели в валютном исчислении). Американские ученые отмечают снижение профессиональной идентичности своих журналистов; подобный вывод мы можем сделать относительно некоторых наших сотрудников редакций – советского времени и перестройки в выделенной нами периодизации. Растет количество свободных, независимых журналистов в Европе, что нельзя сказать о России, и даже наоборот, журналисты в конце 1990 годов становятся более зависимыми, чем во время перестройки, – от финансирования, политических влияний. Большинство журналистов во всех странах работают в газетах, но в последнее время видна тенденция уменьшения численности сотрудников газет и наметилась тенденция расширения штатов электронных СМИ (что в конце 1990 годов соотносится с вторичной занятостью некоторых российских и западных газетчиков, например, в сетевых газетах)» [6, с. 138].

Говоря о практиках северо-западных журналистов, продолжает А.М. Сосновская, шведского журналиста привлекают в профессии: самовыражение (более скромными средствами, нежели у российского коллеги), исследование интересующих вопросов (редкая мотивация у россиян), престижность профессии (которая отсутствует в восприятии наших российских респондентов, исключая начинающих), власть интерпретации и влияние на общество (эта тема влияния через дискурс не рефлексировалась россиянами; если что-то говорится по этому поводу,

то имеется в виду прямое воздействие, практическая эффективность журналистских текстов, которая, по словам некоторых респондентов, либо незначительна, либо отсутствует совсем).

Желание самовыражения и свобода на работе – это два ведущих мотива, которые получили одинаковое количество голосов финских журналистов (по 81%), что совпадает с иерархией интересов к работе шведов. «Работа с новостями» (72%) у финнов соответствует интересу шведских журналистов к исследованию интересующих вопросов.

Возможность влияния (56%) у финнов стоит на пятом месте. Хорошая зарплата (62% опрошенных финнов пришли в журналистику по этой причине) является элементом престижности профессии, но не только.

Два критерия профессионализма из четырех, выявленных для российских журналистов, подходят для шведов: достоверные факты, открытость новым идеям и практикам. Стилю и учету состояния аудитории в Швеции уделяется гораздо меньше внимания, чем в России. Соотношение публичного – частного времени у шведов распределено в пользу второго.

Трансформация журналистики в России (время перестройки) совпадает с переменами в шведской журналистике. В Швеции в это время усиливается конкуренция изданий, переопределяется их рейтинг. Наблюдается процесс модернизации. СМИ ищут новые формы труда и публикаций, открываются новые темы, меняются редакторы, проходят профсоюзные забастовки. Изменения, происходящие в журналистике двух стран, отличаются по своим качественным параметрам. В России журналистские практики кардинально изменились революционным путем. В Швеции перемены идут эволюционно.

Если сравнивать профессиональные практики журналистов двух стран, то можно выделить следующие особенности.

*Особые практики россиян (идеальная модель):*

- рефлексивность,
- умение высказывать мнение,
- знание филологии и владение литературным стилем,
- лидерские качества журналистов,
- сплоченность коллег и прочные корпоративные связи,
- участвующая аудитория и контакт с ней.

*Особые практики шведов (идеальная модель):*

- работа в основном с фактами,
- обязательное журналистское образование при приеме на работу,
- постоянное обучение,
- концентрация на профессии,
- узкая специализация,
- исследовательская работа,
- отчетливо выраженная мотивированность и высокая идентичность,
- эффективность,
- осознание влияния на общество,
- гармоничное распределение времени между публичным и частным пространством.

Обладание теми или иными практиками зависит от социальных характеристик журналиста. Среди них наиболее влиятельной переменной является возраст – для российских и западных журналистов и время начала работы в журналистике – для российских журналистов.

У аудитории есть определённые стереотипные ожидания в отношении представителей той большой социальной группы, к которой принадлежит конкретный коммуникатор, и поэтому она воспринимает и оценивает коммуникатора сквозь призму этих стереотипных ожиданий.

Значимой для аудитории является такая социально-демографическая характеристика коммуникатора, как его профессия. В целом нужно отметить, что представители «своей» или референтной для аудитории социальной группы обладают в глазах аудитории большим авторитетом и поэтому способны вызвать к себе более высокий уровень доверия. Эта способность коммуникатора вызвать к себе, а, следовательно, и своему сообщению доверие аудитории является одной из важнейших предпосылок успешности его выступления. В этом смысле естественен своего рода «кредит доверия» аудитории к людям, обладающим высоким «социальным статусом» или престижем, например к известным писателям, государственным деятелям, учёным.

Такая характеристика, как возраст, проявляет себя в том, что любая аудитория скорее склонна доверять коммуникаторам схожего с ней возраста. Поэтому молодым ведущим предпочтительней вести передачи, предназначенные для молодёжи, а людям старшего возраста – для своей аудитории.

Аудитория оценивает не только социально-демографические характеристики журналиста, но домысливает и оценивает его индивидуально-личностные качества. Эти характеристики весьма разнообразны. Среди них Н.Н. Богомолова выделяет:

1. Характеристики внешности могут оказывать влияние на оценку привлекательности коммуникатора, которая в свою очередь важна для создания его положительного, или, наоборот, отрицательного образа, что ценно именно для тележурналистов.

2. Коммуникативные характеристики, к которым относятся вербальное и невербальное поведение, тембр голоса, дикция, манера говорить, умение держаться, вести диалог и тому подобное, также находятся в центре внимания аудитории. Аудитория обычно обращает большое внимание на голос коммуникатора. Естественно, что наиболее значимы характеристики голоса для радиопередач, где нет зрительного образа коммуникатора, который мог бы в определённой степени компенсировать определённые недостатки голоса.

3. Внутренние, личностные характеристики коммуникатора, к числу которых относятся интеллект, знания, эмоциональность, профессиональное мастерство, моральные ценности Н.Н. Богомолова отмечает особо.

Л.Г. Свитич подчеркивает, что, в связи с особым положением журналистской профессии в информационно-духовных процессах, её универсальностью и разнообразием, высоким уровнем социальной ответственности, творческим характером, парадоксальностью и драматизмом, она «проецируется на личность журналиста, диктует определённую совокупность свойств и характеристик, которыми должен обладать представитель этой профессии» [3, с. 81].

Все перечисленные черты формируют модель журналиста как некую целостность основных профессиональных, гражданских, нравственных, психологических, творческих, социально-демографических характеристик, всё то, что делает его профессионалом, творческой личностью, способной эффективно выполнять свои функции в обществе. Исследователь останавливается на социально-демографических и психологических качествах. В этой схеме наиболее интересна *психологическая структура личности*, к которой относятся: характеристика типа

личности, темперамента, характера, особенности внимания, памяти, мышления, воображения, творческих способностей.

Характеризуя тип личности, нужно отметить, что публичная, постоянно связанная с коммуникацией, общением с людьми, ситуативная и адаптивная журналистская профессия предполагает *экстравертный*, т.е. открытый, хорошо приспособляющийся к обстоятельствам, тип личности. Но известно, что замкнутый, сосредоточенный *интровертный* тип личности часто характеризует творческих людей, какими и являются журналисты. Поэтому *амбивертный* (т.е. объединяющий экстравертные и интровертные черты) тип личности нередок в журналистике. По данным социально-психологических исследований, большая часть журналистов – экстраверты и амбиверты.

В разных видах журналистской деятельности представлены все четыре типа темперамента. Если для стрессовой, напряженной открытой публичной профессии журналиста, конечно, предпочтительнее сангвиник (уравновешенный экстравертный), то для репортёра, ведущего ТВ, подойдет и холерик (неуравновешенный экстравертный). Для аналитика неплох будет и флегматик (уравновешенный интровертный), а для критика, который должен лучше замечать и фиксировать проблемы, – меланхолик (неуравновешенный интровертный).

Характер человека складывается из большого количества качеств и черт, неподдающихся перечислению. Следует особо отметить такие качества, как работоспособность, настойчивость, умение доводить начатое дело до конца, то есть *волевые качества*. Для любого журналиста важно самому проанализировать особенности своего характера и учитывать требования к различным журналистским специализациям, чтобы наиболее адекватно вписаться в профессию.

Психологические характеристики внимания, памяти, мышления, воображения также очень важны для журналиста. Говоря о произвольном либо волевом внимании нужно подчеркнуть, что объём, распределение, переключаемость внимания нужны и репортёру, и ведущему, который организует общение в студии. Хорошая память – крайне важная профессиональная необходимость для журналиста. Все характеристики памяти в совокупности важны, но для репортёра наиболее важна зрительная и слуховая, для аналитика – логическая, для публициста – образная. Широта и быстрота мышления характеризуют репортерские специализации, глубина, критичность – аналитические, эмоциональность является отличительной чертой публицистов.

Л.Г. Свитич определяет одно из главных психологических и профессиональных качеств как талант, способность к журналистике. Журналист должен быть творческой личностью, которую отличает развитое чувство индивидуальности, спонтанность реакции, эмоциональная подвижность, самостоятельность, уверенность в себе, напористость, развитый самоконтроль, умение заставить себя работать, потребность в достижении поставленной цели.

Не менее важны для журналиста *гражданские и нравственные качества*. К гражданским качествам относятся социальная ответственность перед обществом и аудиторией, чувство социальной справедливости, объективность. Эти качества необходимы для журналистов любых специализаций. «Нравственные качества оказываются сейчас очень важными для журналиста, потому что заметно упал общий уровень нравственности в обществе и журналистской среде. Между тем именно журналисты призваны содействовать нормальному моральному климату общества, потому что в их руках самое оперативное и всеохватное средство массовой информации. Высокие нравственные качества – это общечеловеческие качества: гуманизм, человеколюбие, доброта, стремление помочь людям, человеческая отзывчивость, порядочность и неподкупность» [3, с. 97–98].

Таким образом, гражданские и нравственные качества в значительной мере являются для журналиста профессиональными. Погоня за сенсационными публикациями, нарушение естественных запретов и норм общественной жизни могут принести непоправимый вред обществу. При этом сама личность такого журналиста претерпевает значительные изменения: человек, нарушающий этические нормы человечности и кодекс чести профессии в конце концов теряет доверие и уважение не только аудитории, но и коллег.

К журналисту XX века предъявляются не только высокие гражданские и нравственные требования. Должен быть сформирован и определённый профессиональный имидж.

В.Ф. Олешко выделяет четыре основные функции имиджа журналиста (коммуникатора):

- номинативная (заявить о себе, хоть как-то выделиться из числа себе подобных);
- эстетическая («облагородить» впечатление от собственного появления перед аудиторией, продемонстрировать наглядно чувство меры, художественного вкуса);
- психологическая (акцентирование внимания на харизме коммуникатора);
- адресная функция (связывает его со своей целевой аудиторией).

Характеризуя имидж в сфере деятельности СМИ, нужно учитывать, что имидж коммуникатора всегда упрощен по сравнению с объектом, этот имидж как бы живет самостоятельной жизнью в сознании аудитории, он динамичен и может изменяться, находится между реальным и желаемым, восприятием и воображением.

#### **Литература:**

1. Аграновский, В.А. Вторая древнейшая. Беседы о журналистике / В.А. Аграновский. – М. : ВАГРИУС, 1999. – 230 с.
2. Богомолова, Н.Н. Социальная психология массовой коммуникации / Н.Н. Богомолова. – М. : Аспект Пресс, 2008. – 191 с.
3. Свитич, Л.Г. Введение в специальность : профессия : журналист / Л.Г. Свитич. – М. : Аспект Пресс, 2007. – 255 с.
4. Свитич, Л.Г. Портрет российского журналиста в динамике / Л.Г. Свитич, А.А. Ширяева // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. – 2005. – № 2. – С. 94–112.
5. Соловьев, А.И. Основы информационно-коммуникационной деятельности / А.И. Соловьёв. – Минск : БГУ, 2009. – 191 с.
6. Сосновская, А.М. Журналист : личность и профессионал (психология идентичности) / А.М. Сосновская. – СПб. : Роза мира, 2005. – 206 с.

### **СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СПЕЦИАЛИЗАЦИИ ЖУРНАЛИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**Содержание темы:** 1. Репортёр как коммуникатор и специфика репортажной журналистики. 2. Интервьюер как коммуникатор и специфика интервью как метода и жанра. 3. Журналисты-репортёры и журналисты-интервьюеры Республики Беларусь.

Ещё одной отличительной чертой журналистики XX века стала её специализация, что не могло не наложить отпечаток на психологию профессиональной деятельности. Думается, не будет преувеличением сказать, что журналист-



репортёр был одним из первых профессионалов газетного дела. Яркая и образная информация, наиболее характерная для репортажа, предъявляла определенные требования и к психологическому портрету самого журналиста. Формирование репортажного жанра происходило в русле увеличения авторской субъективности. В связи с этим важно рассмотреть специфику психологического портрета на примере журналиста-репортёра. Сегодня репортаж как никакой другой жанр предлагает высокие возможности для выявления авторского видения мира, авторского «я» в процессе отображения определённого события.

В начале XIX века, когда в Европе развивалась ежедневная периодическая печать, а жанровая палитра не отличалась многообразием форм, под репортажем подразумевались любые оперативные сообщения из залов суда, городских собраний, заседаний парламента. М.Н. Ким писал, что по своей форме первоначальные репортажи были похожи на современные отчеты, в них преимущественно отражались основные моменты собрания и их итоги.

Несколько иначе даёт определение репортажа белорусский учёный С.В. Дубовик: «Репортаж – это: 1. Основной метод изучения и отображения жизни журналистами, основанный на прямом наблюдении за фактами и их участниками, анализе и осознании увиденного. Для репортажа как метода характерен показ события, происшествия, «видимые» формы их отображения. Репортажным методом пользуются все журналисты при создании не только репортажей, но и очерков, зарисовок, к нему обращаются авторы интервью, корреспонденций. 2. Репортажем часто называется любой газетный материал или радиопередача, в которых размещаются новости. 3. Жанр публицистики, которому свойственны определенные черты и предзнаменования, что получил широкое распространение в периодической печати, на радио, телевидении и в кино, потому что предоставляет журналистам возможность оперативно сообщать про важные события общественной жизни, а читателям, телезрителям и радиослушателям – скоро дознаваться об этих событиях» [1, с. 115].

Так, цель репортажа по сравнению с отчетом усложняется. Репортёр стремится как можно быстрее показать читателю картину события на всех этапах его развития – от начала до завершения, оперативно воссоздать «историю события» как его очевидец или участник. Это – жанр-разведчик, к нему обращаются журналисты, стремясь сообщить о том, что происходит как в нашей стране, так и за рубежом.

В советской журналистике репортаж понимался как расширенная информация. Это была первая трактовка, а затем – «репортаж с места события», «репортаж по поводу». Репортаж считался самым легким, простым, незатейливым жанром журналистики: смотрю, вижу, записываю. Позже он разнообразился. В СССР репортаж не был в чести до самой «оттепели». Такой славы, как у фельетона или очерка, у репортажа не было. Считалось, что это журналистика низкой квалификации, более упрощенная. В то время как в западной журналистике репортаж являлся едва ли не главным жанром, особенно репортаж с места события. Для западного журналиста важно было оказаться в самом эпицентре события, увидеть, что произошло, а затем, как очевидцу, прокомментировать.

Например, у американцев для отслеживания городской жизни созданы специальные службы. В редакции «Чикаго Трибьюн» работают радиостанции и радиоприемники, которые настроены на волны полиции, скорой помощи, вокзалов, по городу курсирует машина с репортерами. Они подают сигнал, и редактор городских новостей по карте видит, где они находятся. Когда по связи кто-то вызывает пожарную команду, из редакции сразу же звонят репортеру в автомашину,

находящуюся ближе всего к месту события, и тот приезжает туда, иногда быстрее, чем специальные службы: пожарные, медики. У них есть постоянные дежурства в аэропортах, на автовокзалах, так они охотятся за новостями, а репортажи появляются очень оперативно.

Предметом репортажа является ход события, сочетающего визуальную и устную форму выражения его содержания. Автор репортажа должен организовать сбор материала таким образом, чтобы иметь возможность лично наблюдать событие. Другие способы добавления информации при этом вовсе не исключаются. Можно задавать вопросы, реконструировать ход события по свидетельству очевидцев. Но в результате для читателя должен быть создан «эффект присутствия» (читатель как бы сам видит происходящее). Репортаж не консервативная форма, он находится в движении и активно развивается. Изменяются приемы, методы предоставления материала. Изменяются и особенности жанра: репортаж – жанр информационный – всё больше приобретает черты газетной публицистики. Важно заметить, что авторы репортажей не ограничиваются информационной стороной дела, описанием тех фактов, событий, очевидцами которых им довелось быть, но делают обобщения на основе анализа и сопоставления предыдущих фактов и событий. Репортаж как бы заглядывает вглубь явления, изучает его с самого рождения.

Основная цель этого жанра – информировать, описать, рассказать, оценить явление, факты реальной жизни. Репортаж – крепкий, долговечный и как журналистский материал, и как исторический документ. Для выработки хорошего стиля репортеру необходимы интеллект, способность строить ассоциативный ряд. Наглядность репортажа обуславливает выбор стилистических средств. Эпитеты, сравнения, метафоры дают журналисту возможность сообщить обстоятельства, события, нарисовать образ непосредственного участника процесса, показать деталь, которая журналиста поразила. Стилистические средства репортажа несут элементы эмоциональности. Журналист может добиться «эффекта присутствия» только тогда, когда сумеет правильно выбрать стилистические средства для высказывания своих эмоций, отыскав яркие и точные эпитеты, сравнения.

«Эффект присутствия» как бы включает в себя эффект сопереживания: репортаж достигнет цели в том случае, если читатель вместе с репортером будет восхищаться, негодовать, радоваться. И не случайно репортаж нередко определяют как «художественный документ». В репортаже есть стилевые черты разных жанров, поэтому он является синтетическим. Только самые творческие и смелые журналисты могут заниматься таким жанром, как репортаж. Ведь с одной стороны, он даёт широкие возможности для проявления индивидуальной манеры журналиста. Но, с другой стороны, надо быть очень ответственным за каждое слово, которое напишешь (скажешь в эфире), ведь сделать правку, монтаж, чаще всего, будет невозможно. Репортёр должен быть образованным, выдержанным профессионалом.

Таковыми профессионалами, например, можно считать победителей Национального конкурса печатных средств массовой информации «Золотая Литера». В 2012 году это номинации «Лучший репортер республиканских, областных печатных СМИ, информационных агентств»: Козлович Ольга Владимировна (заместитель редактора отдела главной редакции информации РУП «БелТА»), Дубровская Ольга Валерьевна (корреспондент газеты «Знамя юности»), «Лучший репортер районных, городских, многотиражных печатных СМИ»: Юдина Ирина Александровна (заведующая отделом редакции газет «Минский курьер» и «Вечерний Минск»), Царикевич Наталья Александровна (главный редактор газеты «Шах-

тер», Солигорск), Евсеенко Александр Вячеславович (заведующий отделом редакции газеты «Советский район», Гомель).

Годом ранее победителями Национального конкурса печатных средств массовой информации «Золотая Литера» в персональной номинации «Лучший репортёр» стали Кришеник Екатерина Владимировна – заместитель редактора отдела политической и социальной информации РУП «БелТА», Березюк Евгения Владимировна – специальный корреспондент отдела социальных проблем газеты «Рэспубліка», Новиков Андрей Игоревич – собственный корреспондент газеты «Советская Белоруссия». В этой же номинации в 2010 году были признаны лучшими Козлович Николай Анатольевич – специальный корреспондент газеты «Советская Белоруссия», Градюшко Николай Александрович – редактор отдела газеты «Рэспубліка», Новикова Светлана Алексеевна – ответственный секретарь газеты «Знамя юности». В 2009 году лучшими репортёрами стали Лазовская Жанна Александровна – обозреватель газеты «Рэспубліка», Козлович Валентина Николаевна – собственный корреспондент газеты «Советская Белоруссия», Котлярова Жанна Вадимовна – обозреватель БелТА.

Ещё одна специализация, которая позволяет журналисту ярко проявить профессиональные и личностные качества, это специализация в жанре интервью. В середине XIX века жанр интервью был мало распространен. Истоки интервью можно искать в так называемых «застольных разговорах», которые представляли собой забавные истории из жизни знаменитостей. Журналисты беседовали с политиками, дипломатами, чтобы раздобыть информацию, но редко ссылались на ее источник, ограничиваясь передачей сути беседы. Так, президент Авраам Линкольн проводил доверительные беседы с журналистами, отвечал на их вопросы. Но журналистские материалы, выстроенные в форме интервью, с цитированием высказываний президента, не публиковались.

Однако уже с начала XX века можно достаточно достоверно отследить развитие интервью в прессе. Отправной точкой в развитии и становлении жанра интервью стали Соединённые Штаты Америки. Знаменитый британский журналист У. Сид в 1902 г. назвал интервью «характерным американским изобретением». Он же посылал в Англию первые образцы интервью, перенимая опыт американской прессы.

До середины 1870-х годов высказывания интервьюируемых появлялись в журналистских публикациях лишь в виде прямых цитат. Взятые у Карла Маркса интервью Дж. Суинсона (1880 г.) содержало в себе лишь несколько кратких прямых цитат из высказываний автора «Капитала». Однако в следующие десятилетия века интервью становится все более популярным жанром журналистики США. В 1890-е годы интервью было уже распространенным жанром в газетах Нью-Йорка. Журналисты часто интервьюировали политиков, брали интервью у папы римского, членов британского и германского кабинета министров, иностранных визитеров. В конце века интервью начинает распространяться в Европе.

Во время Первой мировой войны потребности ведения пропаганды дали мощный толчок развитию интервью в Европе. В послевоенный период этот жанр становится широко распространенным в европейской прессе. К тридцатым годам XX в. интервьюирование стало хорошо развитой областью газетной журналистики, применялись разнообразные виды интервью. Актуальность, оригинальность вопросов, «эффект присутствия» при беседе обеспечили этому жанру успех у публики.

Рассмотрев условия появления интервью в США, можно выделить следующие закономерности, приведшие к возникновению этого жанра:

1. Существование массового читателя и массовой прессы. Интервью невозможно в изданиях, рассчитанных на очень ограниченный круг лиц. Появление массовой прессы обостряет проблему достоверности информации. Следовательно, возникает необходимость сообщать сведения «от первого лица». Пресса таким образом, с одной стороны, обеспечивает себе доверие читателей, с другой стороны, минимизирует свою ответственность за неправильное истолкование чужих слов.

2. Демократизация общественной жизни. Интервью – это диалог, который, хотя и предполагает жесткую фиксированность ролей взаимодействующих лиц, но подразумевает равенство собеседников. Журналист может спорить с интервьюируемым, задавать провокационные вопросы, что невозможно в условиях жесткой сословной иерархии. Кроме того, демократизация общественной жизни стала причиной повышения роли личности и, как следствие, интереса к ней.

3. Важным условием, способствующим возникновению жанра интервью, является свобода слова. Жанр интервью имеет смысл, когда в обществе существует возможность высказывать разнообразные мнения.

4. Интервью изначально, с момента своего появления содержало в себе элементы аналитики и образности, то есть жанр интервью является межвидовым по своей природе.

Таким образом, интервью как жанр претерпело ряд изменений, касающихся стилистики, типологии, характера функционирования.

Среди начинающих журналистов бытует ошибочное мнение, что журналисту главное уметь говорить и грамотно задавать вопросы. Тем не менее важным является и умение внимательно слушать интервьюируемого. От того, как интервьюер слушает собеседника, воспринимает поток исходящей от него информации, как анализирует предъявляемые факты, сопоставляя похожее и выделяя несоответствия, отделяя главное от второстепенного, в конечном итоге зависит, какое сообщение будет передано публике, какие акценты будут в нем расставлены. От внимания, проявленного журналистом к ответам собеседника, зависит и течение беседы, и содержание вопросов.

За «журналистов слушающих» говорит то, что именно они являются проводниками информации о том, что происходит в обществе. Можно сказать, что журналист – это «уши» общества. От того, внимательно ли он слушает, а затем добросовестно транслирует публике информацию, зависит формирование повестки дня, круга вопросов и проблем, предложенных для дальнейшего общественного обсуждения.

Законов, как правильно слушать партнера, не существует. Поэтому чаще всего начинающие репортеры пользуются интуитивными подходами, бытующими в журналистской практике. По сути, они сводятся к двум основным образцам поведения, которые можно определить формулами «журналист-стенографист» и «журналист-инквизитор».

«Журналист-стенографист» это тот, кто тщательным образом фиксирует все в блокноте, стараясь не упустить ни одного слова из речи собеседника в надежде, что все им сказанное пригодится при написании материала. В такой роли он является, по существу, менеджером интервью, с хорошо продуманными вопросами и аккуратными записанными ответами [5, с. 135]. Однако стремление к дословной, стенографической точности, записи разговора может помешать журналисту понять суть происходящего. Сконцентрировав внимание на ответах, он не обращает внимания на реакции собеседника, не устанавливает с ним невербального контакта, и в итоге может упустить много полезной информации. Он слушает, но фактически не слышит ответы, не постигает их значения. Правда, полученная при

такой беседе информация легко поддается организации и без особых проблем «упаковывается» в товарный вид. Однако персональной включенности в беседу, активного восприятия и полноценной трансляции сказанного не происходит. Это не означает, что не нужно вести аккуратных и точных записей, просто они не должны становиться самоцелью, поглощать все время, которое можно уделить и другим составляющим коммуникации.

Иной подход демонстрируют «журналисты-инквизиторы»: они заранее настроены на конфликт, ждут от каждого собеседника подвоха и подозревают его в сокрытии информации. По их мнению, «все врут» и всем есть что скрывать. А журналисты во время интервью должны выводить всех на чистую воду, фактически учинять допрос. И хотя необходимость в такого рода «допросах» возникает не столь часто, репортеры входят в роль следователя по поводу и без него и уже не могут избавиться от этой роли. Опасность кроется в следующем: во-первых, такой подход с предварительной установкой на недоверие, при всех попытках ее маскировать, не может не сказаться и на поведении героя, который будет вынужден оправдываться, даже если он ни в чем не виноват; во-вторых, собеседник, войдя в роль допрашиваемого, будет делиться информацией не добровольно, а под нажимом, и поэтому обязательно попытается что-нибудь скрыть, «зажать» хоть какие-то сведения.

Оба эти варианта поведения крайне утрированы. Естественно, что в отношении интервьюеров-профессионалов следует говорить о совсем иной манере ведения беседы и взаимодействии с интервьюируемым. Приведём ниже высказывания знаменитых российских журналистов о том, как они предпочитают проводить интервью.

К блоку доброжелательных журналистов мы можем отнести Алексея Венедиктова: «...я всегда доброжелательно отношусь к собеседнику: к министрам, чиновникам, оппозиционерам. Но в то же время острые вопросы могу задать легко. <...> Моё дело – дать собеседнику возможность публично взять на себя какое-либо обязательство» [4, с. 15]. Как мы можем отметить, главной чертой стиля Венедиктова является ровное отношение к собеседнику, вне зависимости от занимаемой им должности.

Интервьюер Андрей Максимов выступает исключительно за бесконфликтные беседы, акцентируя внимание именно на собеседнике: «Мне как зрителю очень не хватает этих разговоров на телевидении. Именно разговоров, а не допросов. Что касается острых вопросов, меня лично интервью, в котором журналист задаёт острые вопросы, а человек постоянно увильивает, не устраивают» [4, с. 51]. *Самое главное – собеседник. Мне кажется, это очень важно»* [4, с. 57].

К противоположному блоку отнесём журналистов, в стиле которых можно отметить некоторые черты «инквизиторского стиля». Это Николай Сванидзе: «Абсолютно «победного» рецепта нет. Но нужно человека перед эфиром убедить, что вы союзники, что он тебя интересуется как информмейкер... Если ты приглашаешь человека, которого хочешь гонять по углам, и видишь, что он зажимается, не хочет отвечать на какой-то вопрос, увильивает, но в то же время ты понимаешь, что он полностью не закрывается, тогда нужно поступать жёстко, «додавливать» собеседника» [4, с. 38]. Стремление добыть информацию «инквизиторским» способом также характеризует манеру Владимира Познера: «Когда я чувствую, что человек уходит от вопросов, наговаривает массу словесной шелухи, я начинаю давить. Я требую ответа. Ведь я выступаю от имени зрителей. Они задают вопросы через меня» [4, с. 121].

Компромиссный вариант ведения интервью выдвигают Владимир Соловьёв: *«Интервью – это небольшое расследование, самый чистый, самый честный жанр журналистики. Всегда присутствует элемент фехтования, противостояния. Ты пользуешься разными методами. Это может быть либо допрос, либо задушевная беседа. Ты в любом случае должен пройти все стадии: от подготовки до совращения собеседника»* [4, с. 97]; Андрей Ванденко: *«Мы и ведущие, и ведомые одновременно. Что бы интервьюер ни делал, он зависит от человека, к которому пришёл. В диалоге должен присутствовать нерв – это часть игры. Журналист пытается прибрать инициативу к рукам, ему отвечают в той же тональности. Важно не перейти грань, ... но и упускать нити нельзя»* [4, с. 165–166].

Следовательно, можно сделать вывод, что стиль ведения интервью зависит во многом от личности самого интервьюера.

Анализируя сценарии поведения, характерные для работы интервьюера, следует обратить внимание на характеристику журналистов, которые работают в белорусских печатных СМИ. Остановимся на практике газет «Знамя юности» и «Аргументы и факты» в Белоруссии).

Тематика «звёздных» интервью в газете «Знамя юности» представлена публикациями Аллы Занимонец. Как пример рассмотрим её материалы «Надежда Грановская: “Я уже не считаю, что быть сильной женщиной – это правильно”» [3] и «Анастасия Заворотнюк: “Я твердила детям: с нами может случиться всё, что угодно, вы должны стать опорой друг другу”» [2].

Примечательно, что корреспондент ставит перед собой цель показать своих «звёздных» героев не как «небожителей», а как обычных людей с такими же проблемами и переживаниями, как и у рядового читателя. Поэтому тематика задаваемых вопросов примерно одинаковая: семья, дети, отношения. Например: *«В день, когда дочь появилась на свет, папа был рядом?»*, *«Ваши бывший супруг участвует в воспитании Майки и Ани?»*, *«Вы хоть за что-то ругаете детей?»*. Переход к вопросам о карьере или личной жизни предельно мягок, скрашен интервьюером. Алла вплетает их в канву рассказа собеседника о семейной жизни: так, после вопроса Надежде Грановской о рождении второго ребёнка следует переход: *«Может быть снова (имеется в виду после рождения ребёнка), уже в четвёртый раз, вернетесь в «ВИА Гру»?»*, – который воспринимается как логичный и последовательный.

Также интервьюер предстаёт как человек, отлично подготовленный в плане сбора информации о собеседнике. Так, некоторые вопросы содержат в себе предварительные факты из биографии, которые журналист просит прокомментировать. Например, в интервью Надежды Грановской встречаются следующие вопросы: *«Вы давно пишете стихи, даже выпустили один сборник... Дочери уже посвятили какие-то строки?»*, *«Пишут, что, узнав о кастинге в «ВИА Гру», вы отправили продюсерам эротические фотографии. Не опасались вызвать у работодателей определённый интерес, не связанный с профессиональной деятельностью?»*.

Анастасии Заворотнюк журналист задаёт такие вопросы: *«Он (сын) у вас вроде боксом занимается? Не боитесь, что внешность могут испортить?»*, *«Я читала прогноз иранца Мосхена Норузи – одного из победителей «Битвы экстрасенсов», в котором он о вас с Петром сказал так... Как вам кажется, что он имел в виду?»*. Таким образом, Алла Занимонец выступает как хорошо подготовленный и корректный интервьюер, заинтересованный в том, что бы показать своего героя наиболее приближенным к читателю, понятным ему.

В жанре интервью в газете «Аргументы и факты» много работает Юлия Тельтевская. Рассмотрим ниже следующие её статьи: «Сергей Дроздовский: “Я смог доказать, что могу водить машину”» [7] и «Промышленный дизайн – это, прежде всего, культура быта» [6].

Интервью с Сергеем Дроздовским (координатор Офиса по правам людей с инвалидностью) является экспертным, однако в нём также затрагиваются и проблемные моменты, связанные с положением людей-инвалидов в нашей стране. Журналист стремится разобраться в проблеме и задаёт ряд последовательных вопросов, позволяющих интервьюируемому логично, последовательно и максимально широко раскрыть тему. Также немаловажную роль отыгрывает осведомлённость корреспондента о жизни самого героя, являющегося инвалидом, пример из жизни которого наиболее полно характеризует ситуацию: *«А вам было сложно получить водительские права?», «Но ваша борьба с жилищными службами была не так успешна?»*.

Интервью «Промышленный дизайн – это, прежде всего, культура быта», сочетает в себе черты портретного и экспертного одновременно. Так, журналистка общается с промышленным дизайнером Катей Копытиной, и информацию о явлении «промышленного дизайнера» читатель, таким образом, получает от профессионала. Корреспондент чередует вопросы о профессии (*«Кто считается промышленным дизайнером № 1 в мире и почему?»*, *«Какие идеи из последних вас поразили в дизайне?»*) и жизни самого интервьюируемого (*«Как вы для себя поняли, что хотите заниматься именно промышленным дизайном?»*, *«Почему вы решили поехать в Милан?»*, *«Вы связываете свою дальнейшую жизнь и работу с родиной?»*). Это позволяет раскрыть тему публикации наиболее полно, не перегружая её излишней информацией исключительно «экспертного характера».

Таким образом, Юлия делает акценты на своих героях не только как специалистах в определённых областях, но и как людях, увлечённых определённой деятельностью, что позволяет показать ситуацию не только «внешне», но и «внутренне».

Резюмируя сказанное, отметим, что журналистская профессия как таковая сформировалась к первым десятилетиям XX века, и к этому же времени следует отнести выявление чёткого психологического портрета личности и профессионала журналистской деятельности. Журналистика занимает особое положение в информационно-духовных процессах общества. Для нее характерна универсальность и разнообразие, высокий уровень социальной ответственности, творческий характер, правдивость и инициативность. Все эти особенности проецируются на личность журналиста, диктуют определенную совокупность свойств и характеристик, которыми должен обладать представитель этой профессии. В XX веке развитие средств массовой информации предопределяет то, что журналиста называют коммуникатором и рассматривают журналистскую деятельность в том числе как массовую коммуникацию. Массовая коммуникация является общением больших социальных групп, и поэтому одной из основных особенностей коммуникатора в СМИ является его «коллективный характер». Это проявляется в том, что образ журналиста, как правило, воспринимается аудиторией не просто как отдельная личность, а как представитель социальной группы.

Суммируя опыт исследователей психологического портрета журналиста, следует признать универсальную классификацию структурных компонентов модели личности журналиста, где представлены профессиональные, гражданские, моральные, социально-демографические, психологические качества. Нужно подчеркнуть, что особа журналиста трактуется как некая целостность основных про-

фессиональных, гражданских, нравственных, психологических, творческих, социально-демографических характеристик и что гражданские и нравственные черты в значительной мере являются для журналиста профессиональными. Журналист XX века подтверждает свой профессиональный уровень и наличием профессионально имиджа.

Творческое начало журналистской деятельности выявляется, в частности, в таком уникальном жанре, как репортаж, где в наибольшей мере отображаются личностные и профессиональные черты журналиста. Также индивидуальным жанром выступает интервью, которое можно назвать своеобразным зеркалом не только респондента, но и самого журналиста.

#### **Литература:**

1. Дубовик, С. В. Справочник журналиста / С.В. Дубовик. – Минск : Выд. центр БДУ, 2006. – 221 с.
2. Занимонец, А. Анастасия Заворотнюк: “Я твердила детям: с нами может случиться всё, что угодно, вы должны стать опорой друг другу” / А. Занимонец // Знамя юности. – 2012. – 21 мая. – С. 17.
3. Занимонец, А. Надежда Грановская: “Я уже не считаю, что быть сильной женщиной – это правильно” / А. Занимонец // Знамя юности. – 2012. – 28 мая. – С. 17.
4. Криницин, Е. Акулы интервью : 11 мастер-классов / Е. Криницин. – М. : Альпина Паблишерз, 2011. – 182 с.
5. Лукина, М.М. Технология интервью : учеб. пособие для вузов / М.М. Лукина. – М. : Аспект Пресс, 2003. – 188 с.
6. Тельтевская, Ю. Промышленный дизайн – это, прежде всего, культура быта / Ю. Тельтевская // Аргументы и факты в Беларуси. – 2012. – 29 мая. – С. 15.
7. Тельтевская, Ю. Сергей Дроздовский: “Я смог доказать, что могу водить машину” / Ю. Тельтевская // Аргументы и факты в Беларуси. – 2012. – 2 мая. – С. 19.

### **СПЕЦИФИКА ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ЖУРНАЛИСТА**

**Содержание темы: 1. Харизматичная модель коммуникатора. 2. Функции профессионального имиджа журналиста. 3. Проявление психологического портрета журналиста в печатных СМИ.**

В современном, быстроразвивающемся, прогрессирующем обществе журналисту, который является непосредственным носителем и интерпретатором информационного материала, посредником между социумом и волнующими его событиями, отводится исключительно важная роль. Поэтому он должен обладать не только широким кругозором, хорошими филологическими знаниями, но и высоким уровнем психологической культуры. Последняя профессиональная черта дает журналисту возможность спокойно осуществлять свою деятельность, реализовывать творческие способности с максимальной пользой, быть уравновешенным в проблемных обстоятельствах.

Психологическая культура журналиста включает особенности его темперамента, характера, типа личности, эмоционального фона, чувств. Эти характеристики вместе с другими, более индивидуальными психологическими особенно-



стями (активность, оперативность, мобильность, коммуникабельность, адаптивность, любознательность, находчивость и т.д.) и создают психологический портрет журналиста.

Сегодня выявляется как актуальная модель коммуникатора, которую условно можно назвать *харизматической*. В рамках Йельской школы «экспериментальной риторики» Г. Келман выделил три ключевые для коммуникативного воздействия характеристики коммуникатора, связав их с определёнными психологическими механизмами:

1) «кредитность» коммуникатора, способность вызывать к себе доверие благодаря своей компетентности, профессионализму. Этот фактор связан с механизмом внутреннего принятия, «интернализацией» сообщения коммуникатора;

2) «привлекательность» коммуникатора, его способность вызывать у аудитории «чувство комфорта и безопасности» в общении с ним, когда он воспринимается «своим человеком, одним из нас». Эти характеристики коммуникатора связываются с психологическим механизмом идентификации;

3) «власть» коммуникатора, связанная с психологическим механизмом внешнего принятия реципиентами его сообщения, когда реципиенты внутренне не принимают его сообщение, но вынуждены в определённой ситуации делать вид, что согласны с ним.

В 1980-е годы в американских исследованиях массовой коммуникации была предложена так называемая «харизматическая» модель коммуникатора применительно к исследованию телеведущих новостей. На современном телевидении США представлены три типа харизматической личности:

➤ «герой» – некая идеализированная в сознании аудитории личность: смело и открыто говорит о том, что мы хотим слышать;

➤ «антигерой» – так называемый «простой человек», «один из нас», с этим коммуникатором мы чувствуем себя «безопасно»;

➤ «мистическая личность» – коммуникатор, внешне чуждый нам, ибо он необычен, непонятен нам, непредсказуем.

В.Ф. Олешко отмечает, что «с точки зрения массово-коммуникативной практики, харизма – качество, подверженное развитию. В разные периоды аудиторией СМИ бывают предпочитаемы харизматические коммуникаторы разного типа, разного «уровня» обаяния, привлекательности, заразительности и т.д.» [9, с. 77].

Все функции имиджа имеют наглядные формы проявления в деятельности каждого успешно работающего журналиста, будь то в сфере телевизионной практики, радио или периодической печати. А доминирующей, по мнению экспертов, самих опрошенных журналистов, чаще всего является именно психологическая функция.

Говоря о харизматическом образе коммуникатора в наиболее общих его характеристиках, думается, будет правильным отнести к числу харизматических коммуникаторов наиболее известных российских журналистов. Такими, несомненно, являются Владимир Познер, Алексей Венедиктов, Николай Сванидзе, Станислав Кучер, Александр Гурнов, Андрей Ванденко, неординарно проявившие себя в различных сферах журналистской профессии. Примечательно, что, рассказывая о своём профессиональном успехе, все названные журналисты так или иначе затрагивают жанр интервью. Думается, не будет преувеличением сказать, что любой коммуникатор наиболее ярко проявляет себя именно в таком популярном жанре журналистского творчества. Определяя интервью в наиболее универсальном значении, хочется отметить, что любое общение с целью получения информации – это, по сути, интервью. Как яркие коммуникаторы названные нами жур-

налисты определяют собственные методики ведения интервью, их цели и приёмы, специфику взаимоотношений с собеседником, получения наиболее интересной и важной информации.

Следует подчеркнуть, что психологические свойства журналиста по-разному проявляются в газетном материале, теле- и радиопередаче. На газетной или журнальной полосе психологический портрет проявляется через систему языковых образно-выразительных средств, придающих тексту эмоционально-экспрессивную окраску. Читатели не столько стремятся представить себе журналиста-газетчика внешне, сколько оценивают журналиста на уровне глубокого внутреннего восприятия. Ироничные и тонко подмечающие детали, принципиальные и непримиримые к негативным явлениям – и журналисты быстро добиваются признания и узнавания аудитории. Тот образ мыслей и те профессиональные качества, которые воплощаются в тексте, привлекают читателей, заставляя искать знакомое имя в следующем выпуске и читать не текст вообще, а текст определенного автора.

В свою очередь на радио тембр голоса, интонация, темп речи дают нам дополнительную информацию о говорящем. Складывается специфическая ситуация, когда аудитория воссоздаёт (или создаёт заново) образ ведущего только по голосу. Голос, как и манера поведения, совершенно уникальная черта человека, в которой воплощаются его внутренние особенности. То, о чем человек говорит, какие интонации он использует, как разговаривает с собеседниками, каким образом оперирует своей речью, как смеётся, радуется или грустит, как реагирует, – всё это в комплексе рисует единый, целостный образ.

Наконец, на телевидении восприятие диктора, комментатора, ведущего зависит от первого впечатления о человеке, его внешности, эстетической привлекательности, экспрессии. Здесь на сообщение, выраженное словом, накладывается невербальная информация, передаваемая на языке мимики, жестов, движений. Значимость всех этих аспектов, а также манеры поведения возрастает в ходе непосредственного общения журналиста с будущими героями его произведений, с теми, у кого он получает информацию, с коллегами. Рассмотрим более подробно составляющие психологического портрета журналиста.

Для сотрудников СМИ особую значимость приобретает *темперамент* (соотношение индивидуальных свойств личности, связанных с динамикой психической деятельности). Ученые исследовали проблему типичного для журналиста темперамента. Среди журналистов есть и холерики – активные, сильные, но не уравновешенные люди, меланхолики – ранимые, глубоко переживающие, но вяло воспринимающие окружающее, флегматики – невозмутимые, уравновешенные, обладающие завидным постоянством. Предпочтительнее для газетной специализации, на взгляд специалистов, сангвиники. Они обладают хорошей реакцией, легко откликаются на то, что происходит вокруг, быстрее справляются с неприятностями, которыми изобилует напряженная репортерская профессия.

Сами журналисты по-разному оценивают роль темперамента в профессиональной деятельности. У Елены Пантюховой (заведующей корреспондентским пунктом по Витебской области агентства телевизионных новостей Белтелерадиокомпания) есть своя точка зрения на эту проблему. Из-за специфики работы Елена всегда должна находиться в центре событий, быть оперативной. Корреспондент отмечает, что с ее темпераментом это условие легко выполняется: *«Я – холерик. Не могу долго сидеть на месте. Мне нравится, что я иду на работу и не знаю, где окажусь сегодня. Часто приходится стремглав мчаться туда, где про-*

*исходит что-то интересное. Эта профессия не для тех, кто любит все планировать заранее» [1, с. 2].*

Среди журналистов встречаются различные *типы личности*: обращенные «в себя» *интроверты* и распахнутые навстречу окружающей реальности *экстраверты*. Но и тут ощутимо тяготение к «золотой середине», к гармонизации крайностей: статистика свидетельствует, что журналистами чаще становятся *амбиверты*, сочетающие в себе открытость и сосредоточенность. Амбиверты всегда настроены на общение, легко преодолевают психологический барьер. Эти качества очень важны как для газетных журналистов, так и в большей степени для теле- и радиоведущих.

Например, ди-джей «Радио-Витебск» Лиана Шрубикова (творческий псевдоним Дарья Потехина) отмечает: *«На мой взгляд, для работы в эфире нужна определенная база, умение разговаривать, и разговаривать грамотно, дикция и красивый голос. Но это все потом... Сначала нужно перебороть себя – преодолеть психологический барьер» [8].* Популярная телеведущая Алина Кравцова (Первый Белорусский канал, программа «Культурные люди») тоже рассуждает над особенностями общения журналиста и его собеседника в жанре интервью: *«Главное – это психология. Все мы «зеркалим» друг друга. Если ты хочешь, чтобы к тебе относились с интересом, так же относись и к другим. Когда смотришь на человека восхищенными широко раскрытыми глазами и хочешь взять интервью у него, то все получится. Я действительно очень люблю тех людей, у которых беру интервью» [6].*

Как известно, *характер* человека складывается из многообразия черт, среди которых нужно особо отметить работоспособность, желание работать, настойчивость, последовательность, надежность, умение доводить начатое дело до конца, держать свое слово, то есть *волевые качества*. Воля – механизм, с помощью которого журналист достигает поставленной цели, даже если при этом ему приходится преодолевать внутренние препятствия.

Упомянутая выше телеведущая Алина Кравцова советует всегда добиваться поставленной цели независимо от обстоятельств. В интервью одной из газет она вспоминает такой случай из собственной практики: *«Нужна настойчивость. К сожалению, без этого в работе журналиста никуда. Например, недавно у меня было запланировано интервью с Вячеславом Зайцевым. Как оказалось, пресс-служба нам дала неверную информацию, и Вячеслав Михайлович на разговор был не настроен. Игнорируя отказ, я подошла лично к именитому дизайнеру и попросила его об интервью сама. Отказать он не смог. Так приходится поступать достаточно часто» [6].*

Большое значение в психологической характеристике журналиста отводится состоянию его общего *эмоционального фона*. Как считают психологи, познавательные процессы не оказывают существенного воздействия на биологические свойства человека, а вот эмоции как раз и служат тем механизмом, который способствует изменению внутренней среды организма под влиянием внешних воздействий. Поэтому одна из необходимых черт личности журналиста – зрелость его эмоционального мира. Эмоциональная устойчивость и самоконтроль принципиально значимы для тех, кто постоянно имеет дело с событиями быстро меняющейся реальности.

Корреспондент ОНТ Дарья Белоусова-Петровская хорошо известна белорусскому зрителю по интересным, оригинальным и оперативным репортажам. В прошлом году она вместе со своей съемочной группой одна из первых оказалась на станции метро «Октябрьская». Корреспондент находилась в подавленном

эмоциональном состоянии, но, несмотря на это, смогла провести репортаж. Вот как она вспоминает те события: *«Я просто работала. У меня не было шока, оценки, меня не пугал вид крови и раненых, я просто работала на автомате. Здесь лишние эмоции не нужны. Когда вернулась в студию, немного потрясывало, но, если честно, сама поразилась своему спокойствию. Когда пришла домой, у меня было такое ощущение, что все это не со мной, как будто какой-то фильм о терроризме посмотрела»* [3, с. 5].

Эти слова подтверждают теорию о том, что журналистике противопоказаны в равной степени и эмоциональная бедность, и «эмоциональный пережест». Самое главное для журналиста – обладать уравновешенным эмоциональным фоном [2, с. 35].

Чрезвычайно значимы в журналистской профессии *чувства* – высший продукт развития эмоциональных процессов. В чувствах, связывающих между собой познавательные процессы, переживания, эмоциональные реакции, выражается социальная сущность человека. Они программируют его поведение, отражают его гармонию или дисгармонию с обществом. Некоторые журналисты, исходя из чувственных побуждений, создают программы, направленные на то, чтобы помочь людям в решении различных проблем.

Елена Пантюхова, отмечает, что во всей ее журналистской практике есть проект, которым она гордится больше всего: *«Большая боль маленькой души». Я просто общалась с детишками, задавала им вопросы. Было похоже на съемку скрытой камерой. Очень проникновенный, эмоциональный фильм получился. А после того, как его посмотрели телезрители, почти все малыши, которых мы показали, обрели семью! В наш корреспондентский пункт звонили из всех регионов Беларуси, интересовались, куда нужно обратиться, чтобы усыновить ребенка. Ради этого стоит работать»* [1, с. 2–3].

Редактор газеты «Витьбичи» Нина Тулинова подчеркивает, что коллективом газеты делается очень многое, чтобы помочь людям, проводятся различные акции и социальные проекты: *«У газеты, которая твердо стоит на ногах, большие возможности. Можно вспомнить не только сотни публикаций, которые способствовали решению больших и малых проблем, от ремонта крыши до пересмотра сурового, но несправедливого приговора, но и десятки добрых дел, которые редакция совершала как бы за кадром. Последняя из таких акций – помощь Вороновскому дому-интернату, где проживают больные одинокие старики. Когда мы рассказали об условиях их быта и предложили устроить для них праздник, в «Витьбичи» стали приходить и представители организаций и учреждений, и просто горожане, приносить конфеты, фрукты, книги, деньги. И я еще раз убедилась, какие отзывчивые и добрые у нас люди!»* [10].

В настоящее время, когда журналистское творчество связано с популярностью телевидения, важным качеством журналиста является харизматичность. Для тех, кто работает на телевидении и кого зритель видит регулярно – это обязательное качество. Телевидение обладает эффектом привыкания, аудитория постепенно привыкает к человеку, который общается с ней, и этот человек становится близким, понятным, когда к нему начинают испытывать симпатию и доверие. Психологи доказали, что степень доверия находится в прямой связи с личностью журналиста. Чем в большей степени проявляются его индивидуальные качества, тем в большей степени журналист добивается успеха.

Например, Александр Аверков, ведущий программы «Контур» на Общественном Национальном телевидении, как раз относится к тем журналистам, которые смогли добиться доверия людей благодаря своим личным качествам. Он

интеллигентен, умен, самостоятелен в суждениях, смел и остроумен. Александр не воздвигает между собой и зрителями преграды, именно поэтому его программа пользуется большой популярностью, а сам ведущий неоднократно удостоивался премии «Телевершина».

Большую симпатию вызывает у телезрителей ведущий информационных программ канала «Беларусь 1» Денис Курьян. Несмотря на свой молодой возраст, Денис многого добился в профессиональной сфере. В настоящее время он шеф-редактор экономических программ, ведущий программ «Сфера интересов» и «Актуальное интервью», специальный корреспондент, автор более 30 специальных репортажей, среди которых двухсерийный документальный фильм «Американская мечта» о белорусах в США, цикл «Планета гольфа» – о новой для Беларуси игре с клюшкой и других. Также Денис Курьян комментатор конкурсов песни «Евровидение», ведущий конкурса детского «Евровидение-2010» в Минске, ведущий музыкального проекта «Еврофест». Его профессионализм как телевизионного ведущего был отмечен тремя премиями «Телевершина». Курьян был назван лучшим репортером 2006 года, лучшим ведущим в 2009 году (приз зрительских симпатий), в 2010 году он получил награду как лучший ведущий развлекательных программ.

На наш взгляд, залог успеха Дениса Курьяна в его профессиональных качествах, и прежде всего, индивидуально-психологических. Ведущий появляется на экране в неизменно хорошем, позитивном настроении, его юмор, тонкие и остроумные замечания приходятся по душе любому зрителю. Денис обладает неиссякаемой жизненной энергией, творческой силой и огромным интересом к любому важному событию. Благодаря своей харизме, артистизму и коммуникабельности он вызывает большое расположение у зрителей, является одним из самых популярных телеведущих.

Особая роль на любом телеканале отводится выпускам новостей – самым оперативным сведениям о жизни страны. Каждый человек, интересующийся изменениями в обществе и государстве, с некоторым волнением смотрит новости. Объясняется это тем, что события не всегда бывают положительными. Именно поэтому ведущий как посредник между информационной сферой и телезрителем должен обладать особенными профессиональными и психологическими качествами.

Профессиональный ведущий новостей – это человек с уникальным сочетанием ума и красоты, а также хорошим голосом, эрудицией. Такой человек должен уметь моментально принимать решения в экстренных ситуациях, так как работа в прямом эфире сопряжена с разного рода неожиданностями. Людмила Ковалева, заместитель генерального директора Столичного телевидения, отмечает: *«Новостник – это диагноз. Человек, который выходит в эфир, кажется внешне невозмутимым. Но чтобы изобразить на лице спокойствие, нужны огромная сила воли, особый склад характера. Потому что накануне очередного выпуска новостей студия напоминает муравейник, сумасшедший дом. Ведущий новостей должен во всей этой суматохе уметь быстро сориентироваться, уловить самое главное. Важно, чтобы у человека были четко поставленный голос и харизма – его должна любить камера»* [4, с. 2].

Следует отметить еще одно требование «новостной профессии»: ведущий должен быть популярным у зрителей. Каждый «новостник» находится под прицелом социологических служб, которые изучают, насколько высоки рейтинги, узнаваемость того или иного журналиста, программы. Он будет оставаться в эфире до тех пор, пока известен. Кто-то прогрессирует в своей работе, кто-то деградирует – руководство каналов следит за этим процессом и со временем могут приходить

«новые кадры». Например, на канале ОНТ недавно появилась новая телеведущая программы «Наши новости» Екатерина Тишкевич, которая сразу же вызвала огромный интерес у телезрителей, в итоге рейтинги программы возросли.

Руслан Поддубский, директор дирекции информационного вещания телеканала ОНТ, так прокомментировал изменения штата сотрудников: *«Любая информационная программа, которая выходит в эфир много лет, переживает в своей истории разные периоды. Сейчас мы решили обновиться, встряхнуться и модернизировать вещание. Стараемся наиболее полно отобразить картину дня и делать это оперативно, динамично. Под эту задачу начали искать новое лицо, ведущего с таким посылом. Екатерина Тишкевич сочетает в себе все необходимые качества»* [5, с. 2–3].

Телерадиокоммуникация создает вторую реальность, которая необходима человеку: помогает мгновенно перенестись в любую точку земного шара; дает большую свободу выбора информации, чем газеты, журналы; даёт возможность переживать эмоции и впечатления, которых он лишен в жизни. Телерадиокоммуникация требует очень жесткого исполнения, строгого соблюдения законов. Ведущий должен быть эталоном, а его речь – грамотной, логичной и интересной.

Советский журналист Томаш Витран – один из самых популярных телеведущих своего времени (передача «С глазу на глаз», по жанру – портретное интервью) пишет, что главное в телевизионном общении – «это создать атмосферу душевной и доверительной беседы, где важно использовать такие приемы, как спонтанность, непринужденность, импровизация и уважение к собеседнику» [7, с. 115].

Образ коммуникатора (ведущего, диктора) – важная смысловая единица передачи. Человек на экране выступает не только как объект оценивания, но и как субъект общения, поэтому взаимодействие «человека в кадре» с аудиторией подчиняется тем же законам, что и взаимодействие людей в межличностной коммуникации. Коммуникатор предстает сначала как возможный партнер общения, а затем уже как специалист в какой-либо области. Успех программ обусловлен точно найденным имиджем, соответствующим социальному заказу, моде, требованиям времени и настроениям в обществе. Имидж ведущего формирует тип контакта с аудиторией, это и часть творческой биографии журналиста.

Имидж – это искусственно созданный, сфабрикованный образ, возникший путем навязывания определенных ассоциаций. Он всегда связан с воображением, создает реальную социально-психологическую установку, определяющую поведение человека по отношению к объекту. Имидж воздействует на психику человека и, следовательно, легко воспринимается, запоминается. Поэтому он часто используется в рекламе. Кроме того, имидж можно эффективно использовать и как средство пропаганды, и как инструмент управления сознанием. Например, создатели рекламы утверждают, что «люди курят не сигареты, а их образ», «женщины покупают не косметику, а желание быть красивой» и т.д. Люди верят этому, не замечая, что ими управляют.

#### **Литература:**

1. Бегунов, Н. Спешу туда, где интересно / Н. Бегунов // Советская Белоруссия. Приложение «ТВ твоего дома». – 2011. – 10 июня. – С. 2–3.
2. Бобков, А. К. Основы творческой деятельности журналиста / А.К. Бобков. – Иркутск : Иркут. гос. ун-т. – 2005. – 96 с.
3. Габышева, Е. Репортеры не плачут / Е. Габышева // Народная газета. – 2011. – 15 апреля – С. 5.

4. Корбут, В. Взгляд в объектив / В. Корбут // Советская Белоруссия. Приложение «ТВ твоего дома». – 2011. – 30 сентября. – С. 2.
5. Корбут, В. Все новости с доставкой на дом / В. Корбут // Советская Белоруссия. Приложение «ТВ твоего дома». – 2012. – 20 апреля. – С. 2–3.
6. Курбатова, Т. Алина Кравцова: «Звезды любят, когда их уговаривают» / Т. Курбатова // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.buj.by/2010/12/alina-kravcova-zvezdy-lyubyat-kogda-ix-ugovarivayut/>. – Дата доступа: 23.05.2012.
7. Матвеева, Л.В. Психология телевизионной коммуникации / Л.В. Матвеева, Т.Я. Аникеева, Ю.В. Мочалова. – М. : РИП-холдинг, 2002. – 316 с.
8. Несцяровіч, В.І. Дар’я Пацехіна: “Цуд бывае, я ведаю!” / В.І. Несцяровіч // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.fbk.vsu.by/index.php?option=com\\_content&view=article&id=185:2009-11-12-19-46-03&catid=44:2009-03-10-14-18-01&Itemid=107](http://www.fbk.vsu.by/index.php?option=com_content&view=article&id=185:2009-11-12-19-46-03&catid=44:2009-03-10-14-18-01&Itemid=107). – Дата доступа: 11.05.2012.
9. Олешко, В.Ф. Психология журналистики / В.Ф. Олешко. – СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 2008. – 240 с.
10. Федорова, Т. Нина Тулинова: «Надо иметь крепкую голову и уметь держать равновесие» / Т. Федорова // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.buj.by/2011/05/nina-tulinova-nado-imet-krepkuyu-golovu-i-umet-derzhat-ravnovesie/>. – Дата доступа: 19. 05. 2011.

## СПЕЦИФИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ПОРТРЕТА ТЕЛЕЖУРНАЛИСТА

*Содержание темы: 1. Типология коммуникаторов на телевидении. 2. Необходимые составляющие образа тележурналиста. 3. Отличительные черты профессионального имиджа известных тележурналистов.*

СМИ формируют огромное разнообразие имиджей политиков, актеров, музыкантов, режиссеров. В немалой степени этому способствует телевидение, которое является основой создания сценического имиджа (Мэрилин Монро – яркий тому пример). Формируя имидж, СМИ создают и представление о человеке и привлекают к нему внимание населения. Особенно запоминающимися выглядят первое время эпатажные, яркие, оригинальные образы. И, чтобы образ не стал «затертым», СМИ часто представляют его в несколько ином «свете», что вновь привлекает аудиторию.

Здесь журналисты-телеведущие в некоторой степени пользуются большим вниманием. Зритель наблюдает их регулярно. Его сознание сохраняет весь образ ведущего: тон, манеру говорить, поведение, мимику, жесты, привычки, даже то, в какой момент передачи он может улыбнуться. Все это воспринимается наглядно. В какой-то момент происходит привыкание и постепенно зрительская аудитория начинает доверять ведущему, тому, кого постоянно видит и, как ей кажется, достаточно хорошо знает. Таким образом, чтобы сделать свой образ запоминающимся, достойным доверия, журналист создает определенный имидж в соответствии с особенностями и потребностями своей профессии, учитывая при этом собственный вкус и специфику аудитории, на которую работает. Внешний вид – не главное, но первоначальное при восприятии образа. Помнят тех, чья внешность более оригинальна. Однако стоит заметить, что при создании образа следует избегать экстравагантности. На телевидении предпочтение отдается информации, ново-

стям, а поведение и речь ведущего в значительно большей степени влияют на аудиторию, чем его внешний облик. Тележурналист Андрей Малахов, ныне ведущий ток-шоу «Пусть говорят», использовал спортивный тип одежды и упрощенную разговорную речь. К тому же он часто менял облик, чтобы постоянно поддерживать интерес к своей персоне.

Валдис Пельш, ведущий музыкальной программы «Угадай мелодию», всегда выходит на сцену в стильных костюмах. Его мимика и жесты не только способствуют выявлению личностных характеристик, но и являются частью имиджа. Повышенная экспрессивность Пельша характеризует его не как человека-эксцентрика, а как ведущего, прекрасно исполняющего свою роль. Поведение журналиста на сцене, его внешний вид, речь – могут быть ролью, маской или воплощением профессионализма. Чаще всего встречается их сочетание.

Регина Дубовицкая, ведущая «Аншлага», отдает предпочтение вечерним нарядам, никогда не выходит в прямом эфире и не импровизирует. Все ее сюжеты, в том числе и розыгрыши, постановочны. Р. Дубовицкая показывает себя *«радушной хозяйкой светского салона, концертного зала»*, куда люди приходят отдохнуть и повеселиться. Однако манера ее поведения, мимика, жеманность, застывшая улыбка, обороты речи («дорогие мои»), излишняя слащавость говорят, что это ее имидж, маска, рассчитанная на свою аудиторию. В этом убеждают также и участники «Аншлага», характеризующие Регину как человека конфликтного, довольно сложного в общении, что не соответствует ее имиджу на телеэкране.

Ведущие аналитических и общественно-политических программ одеваются исключительно в деловом стиле: костюмы и галстуки. В реальности у этих людей может быть другой стиль, на работе – только тот, который соответствует поставленным целям и задачам программы. Кстати, определенный имидж, стиль тележурналистов подтверждается их поведением на сцене. Если программа развлекательная, музыкальная, то и поведение будет характеризоваться повышенной экспрессивностью, эмоциональностью. И наоборот, если общественно значимая, то ведущий более сдержанный, серьезный, официальный.

Однако следует обратить внимание и на тот факт, что есть ведущие, жизненное амплуа которых совмещается со сценичным, как в случае с Владимиром Познером. Журналист, в отличие от других, ориентируется на собственный опыт, а не просто исполняет роль.

Бывает так, что творческие возможности тележурналиста ограничиваются. Программа «Кто хочет стать миллионером?» требует от ведущего, кроме приятной внешности, озвучивание вопросов и ответов. Но настоящее, не сценическое «я» Максима Галкина все же прослеживается, и зритель это чувствует. И все же юмор ведущего не является показателем его непрофессиональной деятельности. Наоборот, это яркая, определяющая черта характера, так называемая изюминка.

Наши представления о целостном образе тележурналистов, их имидже, этическом поведении, профессионализме, свойствах темперамента и многом другом являются результатом субъективного восприятия и сведений, полученных из различных источников. Тот или другой журналист может нравиться или нет. Не последнюю роль здесь играют и второстепенные сведения про него: заметки в газетах, интервью. В любом случае, мнения базируются на отношении к человеку, негативном или позитивном. Из чего следует: доверие аудитории имеет только честный, талантливый, артистичный, коммуникативный, исключительно компетентный журналист, который умеет показать себя. Молодым специалистам, еще только стремящимся к успеху, необходимо научиться правильно создавать свой



имидж. Для этого они должны иметь сильный характер, очень желать исполнения мечты и стремиться к ней всеми силами, постоянным трудом.

Главным содержанием профессиональной деятельности коммуникатора является подготовка коммуникативного телевизионного сообщения. По мнению ученых, телевизионный работник должен знать свою группу, технику, отснятые материалы, обладать эрудицией, широким кругозором, быть информированным и компетентным по теме, иметь ассоциативное мышление и опыт работы.

Работники телевидения могут допускать различные ошибки, которые мешают процессу подготовки передач: неглубокое проникновение в тему, творческие ошибки (паузы, что-то не отснято в нужном фокусе, плане), плохая организация творческого процесса (неправильно выбрана форма для передачи, плохо организован творческий климат). Также авторы сталкиваются с коммуникативными барьерами в ходе подготовки передач: разные подходы к теме, съемкам, методам у руководства и автора и следствие того – конфликтные ситуации; волнение в общении с незнакомыми; неулавливание главной мысли; в условиях дефицита эфирного времени телеведущий или интервьюируемый, формулируя мысль, стремится выразить ее предельно кратко.

Следует отметить, что в последнее время на радио и экранах телевизоров вылился поток неконтролируемой информации, которая изо дня в день легкодоступна огромному количеству зрителей. Это может привести к снижению уровня речевой культуры людей. Развитие средств массовой информации, особенно радио и телевидения, привело к распространению звучащего слова, в последние годы – речи спонтанной, не чтения заранее подготовленного текста, а свободного изложения мыслей, почти импровизации.

Многие исследователи «человека на экране» (Н.Н. Богомолова, О.Т. Мельникова, Е.Е. Пронина) при описании типажей телегероев используют харизматическую модель коммуникатора Д. Голдхабера. Он предлагает несколько элементов харизмы (личного магнетизма), посредством которой и происходит рождение нового образа (имиджа): внешность, привлекательность, «ожидаемость» высказываний, действия, профессиональное мастерство. Рассмотрим подробнее харизматическую модель коммуникатора Д. Голдхабера. Как известно, радиоведущий должен обладать красивым голосом, иметь хорошую дикцию. Важную роль играет уровень интеллекта и эрудированности, умение связно выразить свои мысли. Как пример тому – диктор ток-шоу «Мишанина» Михаил Козырев. Он умеет находить темы, которые интересны здесь и сейчас, и правильно ставить вопросы. Его программа выходит по понедельникам и пятницам в 20:00 на радио «Серебряный дождь» (100.1 ФМ) [4].

В каждой программе мэтр прямого эфира Михаил Козырев и его соведущая Наталья Олесик разговаривают обо всем, что происходит в современном мире. В гости «Мишанины» приходят интереснейшие люди. И ведущие программы знают, как «разговорить» любого собеседника и вытащить из него самые сокровенные мысли.

Каждую неделю из «Мишанины» можно узнавать, кто стал «лузером и молодцом недели», услышать советы о новинках из мира музыкальной культуры, вспомнить события истории, а также стать свидетелями рождения шедевров – музыкальных, театральных, литературных. Темы, которые выбирает Михаил Козырев для ток-шоу, весьма разнообразны – от развлекательных до глобальных. Например, «устраивает ли вас ситуация со свободой слова в России», «финансовый кризис», «день Святого Валентина – день разлук» и т.д.

Каждый выход Михаила Козырева в эфир – это своеобразный мини-спектакль со своим оригинальным зачином, кульминацией и эпилогом. В ток-шоу его имидж меломана раскрывается полностью. В программе часто появляются известные музыканты, в прямом эфире можно услышать любимые композиции в живом исполнении.

Михаил Козырев всегда до конца выслушивает точку зрения говорящего, сохраняя образ внимательного собеседника, никогда не вступает в яркую полемику со слушателем, но и не потакает, если точка зрения дозвонившегося ему не совсем близка. Может поиграть со слушателем, вывести разговор на более высокий уровень. В программе «Мишанина» присутствует, безусловно, и юмористическая сторона. Это просто неизбежно, если ведущие работают в паре.

Какую бы тему ему ни предложили обсудить, разговор обязательно получится интересным и насыщенным, потому что это необычайно живой, гибко реагирующий на тональность беседы человек. Он стремится доверять партнеру, строить свои отношения с ним на равных. С Козыревым может отождествляться каждый зритель. Все это соответствует такому типу харизмы, как «антигерой».

У Михаила Осокина, телеведущего программы «Новости-24» на канале REN, – свой неповторимый стиль подачи новостей и свой особый имидж, что привлекает многочисленную аудиторию итоговой передачи, которая выходит с понедельника по четверг в 20:00 [8].

По типу темперамента телеведущего можно определить как флегматика: он спокоен, не любит ни с кем конфликтовать, напористый и трудолюбивый, речь и движения неторопливы. Обычно флегматики – это настойчивые и упорные люди, которые скупы на эмоции, мимику и жесты. Эти характеристики в полной мере присущи Михаилу Осокину: ведь именно благодаря своей упорной работе и настойчивости он стал журналистом. Когда Осокин ведет новости, сложно предположить, что он думает и чувствует в этот момент. Прочитать что-либо его по лицу невозможно: будь то радостная новость или сообщение о гибели сотни людей, он внешне остается абсолютно беспристрастным. Его улыбку можно заметить в крайне редких случаях. Все это характеризует телеведущего как настоящего профессионала, ведь показывать свое отношение к информации ведущий не имеет права. Он должен просто рассказывать о том, что происходит.

По классификации П.В. Волкова, которая позволяет выявить доминантные особенности психологического типа личности, Михаил Осокин принадлежит к такому психологическому типу, как астеник: он аккуратен и исполнитель, является добросовестным работником. Все это можно подтвердить словами Елены Савиной, шеф-редактора программы «Сегодня» на НТВ и в новостях ТВ-6 и ТВС: *«Осокин – это смертельная работоспособность. Все совершается в положенное время, с точностью неумолимых к себе часов, вне зависимости от канала и названия программы»* [5, с. 27]. Отличительными чертами астеника является скромность, усидчивость и порядочность: в жизни Осокин не любит пышных компаний, банкетов, светских вечеров, предпочитая им провести вечер дома с книгой.

Одевается Осокин неброско, скромно, аккуратно. О разнообразии судить не приходится: чаще всего на экране Осокин появляется в пиджаке темно-серого стального оттенка, изредка – в черном жакете.

Многим астеникам удается сделать блестящую карьеру. Однако, даже став начальниками, они не воцаряются в кабинете, сохраняют человечность [8, с. 164]. Вот как по этому поводу говорит Елена Савина: *«Я думаю: ему проще сделать самому, чем искать крайнего. Вряд ли он прирожденный руководитель. Но если*

*ради работы необходимо руководить – что ж, он «выполняет функции ста человека» и разве что не знает номер машины, выехавшей на съемку» [5, с. 30].*

Одной из важнейших составляющих образа телеведущего является внешний вид. Осокин всегда ухоженный, волосы коротко подстрижены, костюм отутюжен. У Осокина внешние уголки глаз опущены вниз, что выявляет в нем довольно критичного человека. Квадратная форма лица Михаила Осокина свидетельствует об интеллекте, чувствительности, уравновешенности и рассудительности. Люди, имеющие такое лицо, обладают организаторскими способностями и ярко выраженной целеустремленностью. Это так называемый аристократический тип.

Еще один важнейший элемент имиджа телеведущего – речь и голос. Голос – это главнейшее вербальное средство телеведущего, ведь он играет важнейшую роль в создании имиджа. Осокин обладает достаточно меланхоличным голосом – лучшее средство против паники или аффекта. Речь Михаила Осокина неспешная, медленная. Он редко делает акцент на словах интонацией. Жестикуляция Осокина небогатая – когда он говорит, то просто разводит руками. Его коронный «мимический» знак – в конце подводки медленно, даже тяжело, моргнуть глазами.

Немаловажным является и то, как ведущий работает в студии, вступает в контакт со зрителями, как реагирует и ведет себя в непредвиденных ситуациях. По Михаилу Осокину сразу заметно, что чувствует он себя уверенно, любит делать именно новостные передачи: сам пишет подводки и озвучки, работает без телесуфлера, так как он, по его мнению, отвлекает и не дает сосредоточиться и расслабиться.

Все эти наблюдения позволяют нам прийти к выводу о том, что Михаила Осокина можно отнести ко второму и третьему типу по харизматической модели Д. Голдхабера. М. Осокин – это «антигерой», простой человек, с которым зрители чувствуют себя безопасно. Он один из нас, но одновременно с тем он и «мистическая личность», человек непредсказуемый и необычный.

Противоположным Михаилу Осокину является телеведущий «Ночных новостей» на Первом канале Анатолий Лазарев. Судить о профессиональном имидже его как ведущего довольно сложно, так как в этой должности он работает несколько лет.

Если говорить о психологическом типе Анатолия Лазарева, то можно его отнести к истероидам-гипертимам [2, с. 165]. Истероид контактен и коммуникабелен, эгоистичен и любит работать на виду, как правило, выбирает профессию журналиста. Одевается он броско, даже экстравагантно, любит яркие цвета и блестящие аксессуары, умеет красиво говорить, обладает проникновенным, интонационно убедительным голосом. А грациозные жесты, богатая мимика дополняют портрет этого психологического типа. Такой человек во всем любит оригинальничать и подчеркнута демонстрировать собственные достоинства. Гипертим вынослив, энергичен, предприимчив, склонен к риску, любит одновременно затевать множество дел, во многом преуспевает. Голос у гипертима выразительный, речь живая, жесты энергичные. Человек этого психологического типа обычно – душа компании с прекрасным чувством юмора. Гипертим предпочитает быть в центре внимания и нуждается в свите. По натуре он явный лидер. Как правило, гипертим выбирает профессии, предполагающие интенсивное общение. Где бы ни работал, становится руководителем. Одеваются гипертимы модно, но не экстравагантно, демонстрируя хороший вкус [2, с. 167]. Все эти характеристики в полной мере подходят именно Лазареву. Выглядит он всегда ярко, даже если на нем простой черный пиджак и пастельного цвета сорочка. Смотрится он, нужно заметить, всегда безупречно. Свой образ он дополняет «прозрачными» очками без оправы, ко-

торые подчеркивают интеллектуальную составляющую имиджа. Иногда может позволить себе несколько нестандартные модные костюмы в полосочку или, например, пятнистый галстук. Он всегда демонстрирует отличный вкус.

Немаловажным критерием для ведущего является гармония черт лица. Квадратная форма лица указывает на человека сурового, мужественного, энергичного и динамичного, стремящегося к лидерству. В общении он настойчивый и прямолинейный, нередко бывает грубым и жестким. Но маленькие глаза выдают в нем человека закрытого и упрямого. И чуть вздернутые вверх внешние уголки глаз говорят о решительности.

Его коронным «маневром» в ведении передачи является речь и голос. Лазарев эмоционален при подаче новостей, голосом он ставит ударения на те фразы и слова, на которых хочет сделать акцент для зрителей. Манеру речевого поведения Анатолия Лазарева мы бы определили как наступательную; он как будто бы силой пытается «доставить» в дом зрителя последние новости. Говорит он резко, быстро. Мимика у Анатолия Лазарева скуповатая, весь акцент делается на голосе. Однако видна некоторая напряженность в его работе на экране. Может быть, это связано с тем, что он пытается излишне строго и настойчиво подавать новости.

Проведенный нами анализ показывает, что Анатолий Лазарев – представитель первого типа по харизматической модели Д. Голдхабера. Это типичный герой, идеализированная личность: он смел, говорит, что «мы хотим», и выглядит «как мы хотим».

Таким образом, современный теле- и радиоведущий создает свой неповторимый имидж, создает его своим творчеством, авторским почерком, стилем работы, образом жизни. Внимание зрителя в первую очередь привлекает внешний облик телеведущего. Больше доверяют зрелому, опытному, основательному, уверенному в себе ведущему. В этом случае, положительно играет зрелый возраст человека.

Анализ психофизических и профессиональных особенностей теле- и радиожурналистов показал нам, что профессиональный образ в руках ответственного и опытного журналиста может стать главным фактором привлекательности, успешности, высокого рейтинга передачи.

Человек, выступающий перед такой обширной аудиторией, несет огромную ответственность: на него смотрит и его слушает почти вся страна, его слова могут оказать мощное воздействие на сознание людей, на их взгляды, понимание ими тех или иных явлений жизни. Поэтому особое значение придается человеческим и профессиональным качествам диктора, его способности вызвать полное доверие и уважение у зрителей.

Зрители и слушатели быстро отличат зрелого и вдумчивого диктора от «телерадиозвезды», и сразу поверят человеку, который «знает, о чем говорит». Для того чтобы успешно формировать имидж, нужно четко представлять – как бы видеть – аудиторию, находящуюся где-то за пределами студии. Это образ человека, который слушает ведущего с предельным вниманием, улыбается его островам, радуется его находчивости, соглашается с ним. Он олицетворяет для диктора доброжелательную аудиторию. Позднее, овладев профессией, следует позволить воображению ведущего создать образ критического зрителя. Это тоже поможет в работе, ведь воображение – незаменимое качество диктора.

Наиболее важной составляющей образа теле- и радиожурналиста является речь. Техника выступления в эфире служит возможностью максимального выявления творческого потенциала тележурналиста. Речевой стиль – явление индивидуальное. Во многом благодаря этой индивидуальности отдельные передачи (не-

зависимо от актуальности темы) имеют шанс на успех (или провал). Важно отметить то, что многие профессионально необходимые качества нельзя перенять: они имманентны по природе (тембр голоса, телегеничность, чувство юмора, коммуникабельность). И только хорошей, правильной речи можно научиться.

Однако это не говорит о том, что на современном радио, телевидении и даже в печатных СМИ решена проблема правильной речи. Напротив, она волнует и самих журналистов, и широкие слои населения. Чрезмерное увлечение многих журналистов разговорно-жаргонным стилем делает журналиста «своим» среди зрителей. Однако такой стиль общения способен создать образ непрофессионального ведущего, рассчитывающего на то, что читатели, зрители все примут. Настоящий журналист всегда должен помнить об этом. Кроме того, в беседе с конкретным человеком, героем своей программы или статьи, он должен стремиться к пониманию его как личности.

Николай Сванидзе, российский тележурналист, политический обозреватель, ведущий телевизионных программ «Зеркало», «Подробности», «Контрасты» на канале «Россия», как-то сказал по этому поводу: *«Моя цель – либо информация, либо сам человек. Если первое, то интервьюируемый выступает как безликий носитель. Он не человек ... он просто ценный источник. Второй вариант: он мне интересен сам по себе, как личность. Тогда я интересуюсь тем, что может выявить грани его характера, его личности. Наконец, третья цель: интервью может быть рекламным и антирекламным»* [3, с. 30].

Все это нужно для того, чтобы способствовать позитивному или негативному восприятию личности человека. И не столь важно, какие вопросы задает журналист. Важно, чтобы они были отработаны, продуманы, взаимосвязаны, последовательны. *«Это как в боксе, – говорит Н. Сванидзе, – где редко какой единичный удар сможет нокаутировать противника. Побеждает тот, кто владеет комбинацией ударов и у кого они отработаны до автоматизма ... нужно готовиться не к вопросам и ответам, а к разговору, к диалогу»* [3, с. 32].

Уважающий себя журналист со всеми разговаривает одинаково, невзирая на должность и социальный статус человека. Кроме того, журналист должен стараться быть объективным в суждениях, исключать излишнюю симпатию в разговоре, потому что, если человек нравится, это изрядно мешает задавать неудобные вопросы. Не стоит сближаться, однако, и специально портить отношения – тоже не лучший выход. В общении должно присутствовать равновесие. Интервью берут для того, чтобы получить информацию, ее оценку, создать такой образ, чтобы материал был прочитан или прослушан до конца.

Таким образом, профессиональный журналист должен обладать широким спектром способностей и характеристик для продуктивной и качественной работы, реализации своих творческих задатков. На наш взгляд, самой главной составляющей личности журналиста является психологический компонент, в котором следует выделить тип личности, темперамент, характер. Особая роль принадлежит индивидуально-психологическим особенностям журналиста: активности, оперативности, мобильности, коммуникабельности, инициативности, адаптивности, любознательности, находчивости, харизматичности и т.п. Все эти качества способствуют снятию психологического барьера, помогают журналисту найти контакт с читателем, зрителем или слушателем.

Профессиональные навыки журналиста включают в себя компетентность, эрудицию, интеллект, любопытность, харизму, коммуникативность, оперативность, талант в широком смысле слова, а также искренность, правдивость, умение доступно изложить любую информацию, политическую, психологическую и социальную зрелость и многое другое. Если образ журналиста, который работает в

печатных СМИ, создается благодаря его публикациям (их тематике, проблематике, авторскому стилю), то для радиожурналиста важно еще быть обаятельным, владеть приятным голосом. Необходимым качеством тележурналиста является также артистичность, телегеничность, умение привлечь, заинтересовать публику. Таким образом, для достижения успеха любому журналисту необходим сбалансированный, органично присущий личности ведущего и ожидаемый зрителями, средний знаменатель всех потребностей. Лучшим качеством любого ведущего является естественность, выражающаяся в речи, позе, мимике, жестах. Тележурналисту, например, в своей практике приходится не просто использовать приемы невербальной выразительности, но и применять их к себе, своим физическим и психологическим особенностям. Не всем это удается, несмотря на большой опыт и известность (пример – Регина Дубовицкая с застывшей на лице улыбкой, логично вписанной в контекст развлекательной передачи, но неестественно «выдавливаемой» из себя ведущей). Из этого следует, что невербальные средства коммуникации могут служить не только выразительными средствами, но, при неудачном использовании, являться индикатором для выявления непрофессионализма, отсутствия артистичности, непринужденности.

#### Литература:

1. Богомолова Н.Н. Социальная психология массовой коммуникации / Н.Н. Богомолова. – М. : Аспект Пресс, 2008. – 191 с.
2. Волков, П.В. Разнообразие человеческих миров : клиническая характеристология. / П.В. Волков. – М. : Аграф, 2000. – 525 с.
3. Криницин, Е. Акулы интервью : 11 мастер-классов / Е. Криницин. – М. : Альпина Паблишерз, 2011. – 182 с.
4. Козырев, М. Мишанина / М. Козырев, Н. Олесик // Серебряный дождь. – [Электронный ресурс]. – 2011. – Режим доступа: [http://www.moskva.fm/stations/FM\\_100.1/programs/мишанина](http://www.moskva.fm/stations/FM_100.1/programs/мишанина). – Дата доступа: 18.04.2012.
5. Лисицкая, А. Наблюдатель / А. Лисицкая // Новая газета. – 2003. – 15 апреля. – С. 27–31.
6. Матвеева, Л.В. Психология телевизионной коммуникации / Л.В. Матвеева, Т.Я. Аникеева, Ю.В. Мочалова. – М. : РИП-холдинг, 2002. – 316 с.
7. Мельник, Г.С. Общение в журналистике : секреты мастерства / Г.С. Мельник. – СПб. : Питер, 2008. – 235 с.
8. Осокин, М. Новости-24 / М. Осокин // Канал REN. – [Электронный ресурс]. – 2011. – Режим доступа: <http://www.ren-tv.com/pages/novosti-24>. – Дата доступа: 18.04.2012.
9. Пронина, Е.Е. Психология журналистского творчества / Е.Е. Пронина. – М. : КДУ, 2006. – 368 с.

#### АНАЛИЗ ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ЧЕРТ ЖУРНАЛИСТА КАК ЛИЧНОСТИ И ПРОФЕССИОНАЛА

*Содержание темы: 1. Характеристика типов профессионалов в журналистике. 2. Видение образа профессионала будущими журналистами. 3. Видение образа профессионала журналистами-практиками.*

Как подчёркивает И.М. Дзялошинский, являясь по своей сути ансамблем сложноорганизованных сфер – побудительной, регулятивно-смысловой, исполни-

тельской – журналист «предъявляет» себя другим людям в качестве совокупности неких качеств. Называя журналиста добрым, талантливым, тщеславным, эрудированным и т.д., мы как раз и фиксируем наше восприятие каких-то его внутренних характеристик. Понятием «личностное качество» имеет смысл обозначать устойчивую характеристику журналиста, складывающуюся под влиянием генетических, геокосмических и социальных факторов и проявляющуюся в процессах его жизнедеятельности. Очевидно, продолжает И.М. Дзялошинский, что журналист может взаимодействовать с другими системами какой-то одной своей гранью, несколькими гранями одновременно или же как интегральная, целостная система. В первом случае взаимодействующая с журналистом система воспринимает его как олицетворение какого-то одного простого качества: умный, волевой, жадный, совестливый, многознающий и т.д. Во втором варианте журналист воспроизводит себя как носителя неких сложноорганизованных, синтетических качеств. В третьем случае, называя журналиста героем, мы с помощью одного понятия описываем его в целом, в единстве всех его характеристик. Под профессиональными качествами обычно понимают существенно важные характеристики человека, выявляемые им в процессе профессиональной деятельности и обеспечивающие ее эффективное осуществление.

Обратившись к рассмотрению проблемы личностных и профессиональных качеств журналиста, следует отметить, что в психологии существуют два основных подхода к исследованию личности: типологический подход и подход, основанный на выделении черт личности.

Типологический подход базируется на постулате, что тип личности является целостным образованием, не сводимым к комбинации отдельных личностных факторов. Типы объединяют группы похожих людей и выступают в роли объяснительных понятий, где в качестве имени понятия используется название соответствующего типа, а содержание раскрывается описанием типичного (или усредненного) представителя. Если подход на основе типов требует группировки людей, то подход на основе черт требует группировки личностных признаков. Черты объединяют группы тесно связанных признаков и выступают как некоторые интегральные характеристики, обобщающие информацию, которая содержится в данной группе признаков. Число черт определяет размерность личностного пространства. Применительно к журналистам представляются плодотворными оба подхода.

На основе типологического и личностного подходов С. Пасти (Юшкевич) выделяет типы профессионалов в журналистике: «Открытый вопрос «Кто профессионал в журналистике?» должен был выяснить собственные восприятия журналистов о профессионале. Как оказалось, журналисты не разделяют единого подхода к журналистике. Их восприятия профессионала варьируются от *идеалиста* как гипотетического образа независимого журналиста к *пропагандисту*, реальному прототипу политической коррупции в обществе. Между этими крайностями журналисты находят себя профессионалами трех типов: *специалист*, *гуманист*, *художник*» [3, с. 121].

В частности, *идеалист* – **независимый**, честный, опытный, общительный, с собственной позицией и стилем, способный пройти через любую дверь и сделать все, никого не боится, хорошо пишет и говорит. *Специалист компетентен* в русском языке, журналистских жанрах и технологии труда, специализирующийся, заинтересованный, с аналитическим и плюралистическим подходом, делающий работу быстро, своевременно, преданный профессии. *Гуманист альтруистичен*, честен, искренен, он коммуникабельный, изобретательный, любящий жизнь, не

ретроград. *Художник* – это **талантливый журналист**, с прирожденными для профессии качествами: приятный голос, способность писать, убеждать и нравиться аудитории. *Пропагандистом* выступает **беспринципный журналист**, который лжет и подделывает факты, манипулирует аудиторией, ставит карьерные соображения выше собственных убеждений [3, с. 123].

И.М. Дзялошинский выделяет 15 основных социально-профессиональных ролей журналиста. Нужно отметить роли «выразителя общественного мнения», «комментатора», «генератора идей», «защитника», «критика», «организатора», «пропагандиста», «развлекателя».

Анализ основных личностных и профессиональных качеств журналиста позволяет сделать выборку наиболее важных из них, которая и была представлена в форме анкеты. В анкету включались вопросы открытого и закрытого типов. С целью выявления профессиональной деформации качеств анкета была предложена студентам специальности 1-02 03 05 «Белорусский язык и литература. Журналистика» (опрошены 17 человек первого года обучения) УО «Витебский государственный университет имени П.М. Машерова» и журналистам со стажем работы по специальности (региональные СМИ Витебской области, опрошены 12 человек). Исследование проводилось в 2012 г.

Студентам специальности 1-02 03 05 «Белорусский язык и литература. Журналистика» была предложена следующая анкета:

1. *Могли бы Вы дать своё определение журналистике?*

*Журналистика – это \_\_\_\_\_.*

2. *Какие из предложенных качеств наиболее важны для журналиста?*

*Оцените по степени важности от 1 (наиболее значимого) до 6.*

• *профессиональное мастерство (умение находить и разрабатывать темы выступлений, собирать и отбирать факты, анализировать и обобщать их, работать оперативно и т.д.)*

• *литературное мастерство*

• *организаторское мастерство*

• *умение работать с авторами*

• *умение работать с редакционной почтой, письмами*

• *сочетание универсальности со специализацией*

• *другое \_\_\_\_\_.*

3. *Какие из предложенных качеств наиболее важны для журналиста?*

*Оцените по степени важности от 1 (наиболее значимого) до 4.*

• *способность работать в коллективе*

• *ответственность*

• *дисциплинированность*

• *работоспособность, выносливость*

• *другое \_\_\_\_\_.*

4. *Какие из предложенных качеств как профессиональных, так и личностных Вы считаете наиболее приоритетными для журналиста?*

*Оцените по степени важности от 1 (наиболее значимого) до 10.*

• *принципиальность*

• *инициативность*

• *целеустремленность*

• *готовность помочь товарищу, поделиться своими знаниями*

• *ответственность*

• *правдивость*



- профессиональная солидарность
- уважение гуманистических ценностей
- соблюдение норм профессиональной этики
- стремление в полной мере использовать свободу слова
- другое \_\_\_\_\_.

5. Кто из современных журналистов является Вашим идеалом? Почему?

6. В чём, как Вы считаете, заключается главная цель журналистской деятельности?

7. Каким крылатым выражением Вы бы определили суть журналистики?

Таким образом, журналистика, согласно определениям опрошенных, это не просто профессия, а определённый стиль жизни, позволяющий узнавать и быть узнаваемым; царица среди всех профессий, в которой находят себя только избранные ею; способ выразить себя творчески; искусство слова; источник информационной жизни общества; отношение к миру и его отображение с помощью творчества; творчество, умело переплетенное с информацией, приукрашенное и яркое, но не испорченное ложью; умение честно и правильно оповестить общество; мастерское представление аудитории максимум интересной информации. Студенты также приводили полностью или частично традиционные определения журналистики.

Качества, которые в той или иной мере считают приоритетными будущие специалисты, оценивались следующим образом: профессиональное мастерство (как «1» по степени значимости – 11 человек; «2» – 5; «6» – 1), литературное мастерство («1» – 2; «2» – 7; «3» – 5; «4» – 1; «5» – 1; «6» – 1), организаторское мастерство («2» – 1; «3» – 6; «4» – 6; «5» – 3; «6» – 1), умение работать с авторами («2» – 3; «3» – 3; «4» – 6; «5» – 4; «6» – 1), умение работать с редакционной почтой, письмами («3» – 3; «4» – 2; «5» – 4; «6» – 7; «7» – 1), сочетание универсальности со специализацией («1» – 3; «2» – 1; «3» – 2; «4» – 2; «5» – 5; «6» – 4). В числе других качеств студенты, например, отмечали такое качество, как умение разговаривать и слушать.

Следующие качества ранжировались студентами так: способность работать в коллективе («1» – 1; «2» – 2; «3» – 8; «4» – 5; «5» – 1), ответственность («1» – 8; «2» – 5; «3» – 4), дисциплинированность («2» – 5; «3» – 6; «4» – 6), работоспособность, выносливость («1» – 7; «2» – 5; «4» – 5). Среди высоко оцененных качеств студенты называли, в частности, креативность. Очевидно, что первое место по значимости занимает ответственность, последнее и предпоследнее места – дисциплинированность. Студенты считают важными такие качества, как работоспособность, выносливость и способность работать в коллективе.

Профессиональные и личностные качества журналиста оценены студентами неоднозначно. Не будет преувеличением сказать, что в следующих приоритетах не прослеживается чёткой градации: принципиальность («2» – 1; «4» – 2; «5» – 1; «6» – 1; «7» – 3; «9» – 3; «10» – 6), инициативность («1» – 4; «2» – 1; «3» – 1; «4» – 3; «5» – 3; «6» – 3; «7» – 1; «8» – 1), целеустремленность («1» – 1; «2» – 2; «3» – 3; «4» – 3; «5» – 4; «7» – 3; «10» – 1), готовность помочь товарищу, поделиться своими знаниями («1» – 1; «4» – 2; «6» – 3; «8» – 6; «9» – 3; «10» – 2), ответственность («1» – 2; «2» – 2; «3» – 7; «4» – 2; «5» – 1; «6» – 1; «7» – 1; «8» – 1), правдивость («1» – 2; «2» – 4; «3» – 1; «4» – 5; «5» – 1; «6» – 1; «7» – 1; «8» – 1; «9» – 1), профессиональная солидарность («1» – 1; «3» – 3; «5» – 4; «6» – 3; «7» – 1; «8» – 3; «9» – 2), уважение гуманистических ценностей («1» – 1; «2» – 2; «3» – 1; «5» – 2; «6» – 4; «7» – 1; «8» – 3; «9» – 2; «10» – 1), соблюдение норм профессиональной этики («1» – 5; «2» – 3; «3» – 1; «6» – 1; «7» – 2; «8» – 2; «9» – 3),

стремление в полной мере использовать свободу слова («2» – 2; «3» – 1; «7» – 4; «9» – 3; «10» – 7).

На вопрос о том, кто из современных журналистов является Вашим идеалом, студенты называли Ларри Кинга, Егора Хрусталёва, Андрея Малахова, Сергея Дорофеева, Александра Бусько, Дениса Курьяна и некоторых других. Также вспоминалась Анастасия Лазебная, редактор многотиражной газеты «Мы і час» УО «ВГУ имени П.М. Машерова».

Называя того либо иного журналиста своим идеалом, студенты вспоминают как профессиональные, так и личностные качества. Например, Ларри Кинг характеризуется как *мастер интервьюирования и человек, который самостоятельно научился этой профессии*. Егор Хрусталёв *смог многого достичь в жизни. Благодаря его ток-шоу, а следовательно, и ему самому, решалось максимум вопросов, которые он не боялся выносить в эфир*. Андрей Малахов назван идеалом, потому как он *активен, уверен, любознателен, образован, успешен; так как он всего добился сам, он близок к народу, он «свой» среди своих, он талантлив*. Сергей Дорофеев характеризуется как *молодой, интересный, смелый и креативный*. Денис Курьян *очень профессиональный, умеет найти подход к каждому человеку и говорить с ним на одном языке. Кроме того, он обладает целеустремлённостью, инициативностью, он близок зрителю и говорит то, что мы хотим знать*. Александр Бусько выбран идеалом, *потому что мне нравится, как он делает репортажи, уместно и интересно*. Виктория Попова («Советская Беларусь») *пишет на актуальные темы, её материалы не перегружены, читаются легко и интересно*. Анастасия Лазебная, *которая сочетает такие качества, как целеустремлённость, оперативность, умение работать с авторами и др.*

Главную цель журналистской деятельности большинство опрошенных студенты видят в том, чтобы своевременно доносить до общества качественную информацию. Также назывались такие цели, как *сообщать правдивые сведения, правильно анализировать происходящие в обществе процессы; правдивое отображение общественных процессов, вместе с тем, журналистика должна быть оригинальной и креативной, чтобы вызывать постоянный интерес у читателей*. Студенты предлагали и такие ответы: *журналист обязан привлечь внимание к своему материалу и должен подать максимум информации, но в правильной «оболочке»*. С другой стороны, *журналистская деятельность – это неплохой способ заработать деньги*.

Вместе с тем цель журналистской деятельности определялась следующим образом: *доносить правду через сенсацию; найти себя в журналистике: свой стиль, жанр и т.д.; преподносить информацию творчески*.

Студентами были выбраны следующие крылатые выражения для определения сути журналистики: *журналистика – искусство объяснять другим то, чего сам не понимаешь; журналист – человек, обладающий даром ежедневно заполнять пустоту; журналистика – это искусство приготовления информации; журналистика – это литература на бегу; журналисты – четвёртая власть, что написано пером, то не вырубишь топором; волка ноги кормят*.

Журналистам СМИ Витебской области со стажем работы (городская газета «Витьбичи», газеты «Зара» Бешенковичского района, «Голас Сенненшчыны» Сеннинского района) была предложена следующая анкета:

1. Сколько лет Вы работаете в журналистике?

2. Могли бы Вы дать своё определение журналистике?

Журналистика – это \_\_\_\_\_.

3. Какие из предложенных качеств наиболее важны для журналиста?

Оцените по степени важности от 1 (наиболее значимого) до 6.

• профессиональное мастерство (умение находить и разрабатывать темы выступлений, собирать и отбирать факты, анализировать и обобщать их, работать оперативно и т.д.)

- литературное мастерство
- организаторское мастерство
- умение работать с авторами
- умение работать с редакционной почтой, письмами
- сочетание универсальности со специализацией
- другое \_\_\_\_\_.

4. Какие из предложенных качеств наиболее важны для журналиста?

Оцените по степени важности от 1 (наиболее значимого) до 4.

- способность работать в коллективе
- ответственность
- дисциплинированность
- работоспособность, выносливость
- другое \_\_\_\_\_.

5. Какие из предложенных качеств как профессиональных, так и личностных Вы считаете наиболее приоритетными для журналиста?

Оцените по степени важности от 1 (наиболее значимого) до 10.

- принципиальность
- инициативность
- целеустремленность
- готовность помочь товарищу, поделиться своими знаниями
- ответственность
- правдивость
- профессиональная солидарность
- уважение гуманистических ценностей
- соблюдение норм профессиональной этики
- стремление в полной мере использовать свободу слова
- другое \_\_\_\_\_.

6. Кто из современных журналистов является Вашим идеалом? Почему?

7. В чём, как Вы считаете, заключается главная цель журналистской деятельности?

8. Какие значимые профессиональные советы могли бы Вы дать молодому специалисту?

9. Каким крылатым выражением Вы бы определили суть журналистики?

Журналисты со стажем работы давали следующие определения журналистики: это объективное отражение жизни общества (стаж работы 40 лет); образ жизни (37 лет); сама жизнь (35 лет); буфер и проводник идеологии (24 года); эрудиция и отличное владение словом (16 лет); совокупность знаний, умений, навыков, необходимых для создания высококачественного продукта СМИ (8 лет); не только информация, а также доверие, мысли, чувства и компетентность (5 лет). Также ряд журналистов со стажем работы от 15 до 5 лет дают определения журналистике, близкие её традиционному пониманию.

Из качеств, наиболее важных для журналиста, профессиональное мастерство на первое место поставили 11 из опрошенных (на шестое – 1). Неоднозначно было оценено литературное мастерство (как второе по степени значимости его

определили 5 человек, как третье – 2 человека; четвертое – 1, пятое – 1; шестое – 3), организаторское мастерство (как первое по степени значимости его выбрал 1 человек, как второе – 1, как третье – 3, как четвертое – 2, как пятое – 3, как 6 – 2). Высоко ценится сочетание универсальности со специализацией (как второе по степени значимости – 6, как третье – 3, как четвертое – 3). Менее ценится умение работать с авторами (как четвертое – 5, как пятое – 5, как 6 – 2), умение работать с редакционной почтой, письмами (как третье – 4, как четвертое – 1, как пятое – 3, как шестое – 4). Среди других необходимых для журналиста качеств опрошенные называли коммуникабельность, интуицию.

Высоко оценена журналистами-практиками ответственность (первое по степени важности – 6 человек, второе – 2, третье – 3, четвертое – 1), дисциплинированность (первое – 2, второе – 5, третье – 4, четвертое – 1), работоспособность, выносливость (первое – 4, третье – 4, четвертое – 4). Менее ценится такое качество, как способность работать в коллективе (второе – 5, третье – 1, четвертое – 6).

Востребованными как профессиональными, так и личностными качествами остаются принципиальность (как «2» по значимости – 2 человека; «3» – 1; «4» – 2; «6» – 1; «7» – 4; «9» – 1; «10» – 1), инициативность («1» – 1; «2» – 2; «4» – 1; «5» – 5; «7» – 1; «8» – 2), целеустремленность («1» – 1; «3» – 1; «4» – 3; «5» – 1; «6» – 4; «7» – 1; «8» – 1), готовность помочь товарищу, поделиться своими знаниями («3» – 1; «7» – 2; «8» – 1; «9» – 5; «10» – 3), ответственность («1» – 2; «2» – 4; «3» – 4; «4» – 1; «9» – 1), правдивость («1» – 5; «2» – 2; «3» – 2; «4» – 2; «8» – 1), профессиональная солидарность («1» – 1; «3» – 1; «5» – 1; «6» – 3; «8» – 3; «9» – 2; «10» – 1), уважение гуманистических ценностей («2» – 2; «5» – 3; «6» – 2; «7» – 1; «8» – 2; «9» – 2), соблюдение норм профессиональной этики («1» – 1; «3» – 2; «4» – 2; «5» – 1; «6» – 2; «7» – 3; «8» – 1). Менее популярно в журналистской среде такое качество, как стремление в полной мере использовать свободу слова («1» – 1; «4» – 1; «5» – 1; «6» – 1; «8» – 1; «9» – 1; «10» – 6).

Журналисты со стажем работы называли своим идеалом Павла Якубовича (*высокий уровень знаний, нестандартный подход к разработке тем*); Леонида Парфёнова (*из-за умения как раз находить интересное в, казалось бы, повседневном*); Жанну Агалакову (*нравится её стиль подачи информации*); Леонида Екеля (*за простоту и одновременно душевность, человечность, симпатию к своим героям*). Также отмечалось, что среди современных журналистов идеала не существует (*в прошлом – Татьяна Тэсс, Инна Руденко, Василий Песков*). Назывались и Сергей Рублевский, Вера Мурашкина (газета «Народнае слова» Витебской области).

Главная цель журналистской деятельности заключается в том, чтобы *помочь человеку и делу; быть в курсе всех важных новостей, выносить на всеобщее обсуждение проблемы, помогать людям; формировать общественное мнение; освещение жизни общества, правдивое и всестороннее, ответственность за слово; представление читателям правдивой, точной информации; создание качественного продукта СМИ; объективно и оперативно рассказывать о происходящем вокруг; донести до читателей правду, по возможности помочь; помогать людям*. Только незначительная часть опрошенных отметила, что цель журналистской деятельности заключается в информировании об основных общественно-политических событиях.

Журналисты со стажем работы дают следующие советы молодым специалистам: *активно пробовать себя во всех жанрах, пока не найдёшь свой «конёк»; доверяй, но по возможности проверяй фактуру, не пиши лишнего (работа впустую не оплачивается); быть более инициативным, целеустремлённым и правдивым; не спешишь заработать денег; не размениваться, не превращать профес-*

*сию в древнейшее ремесло; учиться подавать тему так, чтобы написанное вами нашло отклик в большом количестве сердец; быть правдивым, объективным, чётко формулировать свои мысли, чтобы достучаться даже до равнодушных; чем больше будете писать, тем лучшим журналистам станете; в каждом материале доходить во всём до самой сути, избегать поверхностности; никогда не становиться людьми, равнодушными к тому, что происходит вокруг; проявляйте любопытство к жизни; учиться, не бояться, познавать, не продаваться.*

Профессионалы с опытом работы зачастую афористично определяют суть журналистики: *трое суток шагать, трое суток не спать ради нескольких строчек в газете; с «Лейкой» и блокнотом, а то и с пулемётом, сквозь огонь и стужу мы прошли...; романтика и суровая правда жизни, радость творчества и бесконечный, порой утомительный поиск тем, событий и фактов, познание нового и примитивные редакционные будни...; журналистика – это образ жизни; журналистика – это диалог; журналистика – это стиль жизни; знать о всех событиях невозможно, но стремиться к этому нужно.*

Таким образом, согласно данным определениям журналистики, в студенческой среде чётко прослеживается идеальное видение журналистики. Следует отметить, что студенты воспринимают журналистскую деятельность как возможность выявить своё творческое «я» через подачу массовой информации. Что касается определений журналистики, которые давали журналисты со стажем работы, то в них раскрывается не только практико-прагматичный подход, но и чёткое обозначение: журналистская деятельность направлена на человека и, следовательно, должна быть подчинена социальным запросам и требованиям.

И студенты, и журналисты со стажем работы на первое место по значимости закономерно поставили такое качество, как профессиональное мастерство. В дальнейшей же градации качеств прослеживаются немалые различия. В частности, студенты на второе место по значимости поставили литературное мастерство, на третье – организаторское, а самым малозначительным качеством считают умение работать с редакционной почтой. Журналисты со стажем работы определили как второе по значимости качество сочетание универсальности со специализацией, третье – работа с редакционной почтой, четвертое и пятое – работа с авторами. Высоко ценится и студентами, и журналистами такое качество, как ответственность, а вот способность работать в коллективе занимает третье (студенты) место в градации значимости. У профессионалов последнее качество почти в равном соотношении оценено как второе и четвертое по значимости. Соблюдение норм профессиональной этики, ответственность и правдивость составляют первую триаду по оценкам студентов, а самое неприоритетное – стремление в полной мере использовать свободу слова (в чём совпадают с профессионалами). Журналисты со стажем работы исключительно высоко оценили правдивость.

Для студентов идеалом в журналистике выступает яркий харизматичный профессионал, популярный либо известный. Профессионалы со стажем работы выбирают идеал на основе профессиональных и личностных качеств человека, которые они соотносят со своим уровнем. Соответственно цель журналистской деятельности последними раскрывается индивидуально, лично, тогда как студенты определяют цель в русле хрестоматийной трактовки, а их крылатые выражения о журналистике общеизвестны. Профессионалы дают советы молодым специалистам на основе своего личного опыта, выделяя в нём самое главное. Их крылатые выражения о журналистике выявляют определённую профессиональную деформацию.

Успех в журналистской работе в большой степени зависит от индивидуально-психологических особенностей личности, таких как инициатива и ответственность, активность и оперативность, мобильность и коммуникабельность, адаптивность, любознательность, находчивость, раскованность, уверенность в себе, доброжелательность, вежливость и т.п. Хороший журналист – это глубокая, нестандартная, интересная окружающим личность. Основными составляющими модели личности журналиста являются гражданские, моральные, профессиональные, социально-демографические, психологические компоненты. Каждый из компонентов включает ряд важных характеристик, без которых нельзя представить журналиста: литературные способности, интеллект, внимание, воображение, память, мышление и т.п.

Особенное значение индивидуально-психологические особенности приобретают на телевидении, когда создается эффект «привыкания» и зритель смотрит на ведущего не с объективной, а с субъективно-эмоциональной стороны, оценивая его творчество с точки зрения симпатии и личного доверия. Чем в большей степени проявляются индивидуальные качества журналиста, тем в большей степени он добивается успеха.

С нашей точки зрения, идеальный журналист – это коммуникабельный, открытый для общения, энергичный и активный. Он в высшей степени ориентируется в информационном потоке современного мира, выбирает самые важные события и на основе отработанной методологии реализует творческие проекты. Психо-эмоциональная устойчивость, харизма, артистизм, обаяние, остроумие, чувство юмора являются неотъемлемыми качествами идеального журналиста, особенно работника телевидения и радио. Именно эти качества вызывают симпатию и доверие у людей, побуждают смотреть или слушать программы с участием популярных и любимых журналистов.

#### **Литература:**

1. Дзялошинский, И.М. Российские СМИ : как создается образ врага : статьи разных лет / И.М. Дзялошинский, М.И. Дзялошинская ; Моск. бюро по правам человека, 2008. – М. : Academia. – 165 с.
2. Дзялошинский, И.М. Творческая индивидуальность в журналистике : учеб.-метод. пособие / И.М. Дзялошинский. – М. : Изд-во Моск. гос. ун-та, 1984. – 80 с.
3. Пасти (Юшкевич), С. Российский журналист в контексте перемен : медиа Санкт-Петербурга / С. Пасти (Юшкевич) ; под ред. Д.П. Гавры. – Тампере : Университет Тампере, 2004. – 292 с.

## СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Авраамов, Д.С. Профессиональная этика журналиста / Д.С. Авраамов. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 2003. – 264 с.
2. Аграновский, В.А. Вторая древнейшая. Беседы о журналистике / В.А. Аграновский. – М. : ВАГРИУС, 1999. – 230 с.
3. Белановский, С.А. Глубокое интервью / С.А. Белановский. – М. : Никколо-Медиа, 2001. – 161 с.
4. Берёзкина, О.П. Социально-психологическое воздействие СМИ / О.П. Берёзкина. – М. : Академия, 2009. – 240 с.
5. Бобков, А. К. Основы творческой деятельности журналиста / А.К. Бобков. – Иркутск : Иркут. гос. ун-т. – 2005. – 96 с.
6. Богомолова Н.Н. Социальная психология массовой коммуникации / Н.Н. Богомолова. – М. : Аспект Пресс, 2008. – 191 с.
7. Волков, П.В. Разнообразие человеческих миров : клиническая характерология. / П.В. Волков. – М. : Аграф, 2000. – 525 с.
8. Ворошилов, В.В. Журналистика / В.В. Ворошилов. – СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 1999. – 304 с.
9. Ворошилов, В.В. История журналистики России / В.В. Ворошилов. – СПб. : Михайлов, 2000. – 63 с.
10. Дзялошинский, И.М. Российские СМИ : как создается образ врага : статьи разных лет / И.М. Дзялошинский, М.И. Дзялошинская ; Моск. бюро по правам человека, 2008. – М. : Academia. – 165 с.
11. Дзялошинский, И.М. Творческая индивидуальность в журналистике: учеб.-метод. пособие / И.М. Дзялошинский. – М. : Изд-во Моск. гос. ун-та, 1984. – 80 с.
12. Доценко, Е.Л. Психология манипуляции : феномены, механизмы и защита / Е.Л. Доценко. – СПб. : Речь, 2003. – 304 с.
13. Дубовик, С. В. Справочник журналиста / С.В. Дубовик. – Минск : Выд. цэнтр БДУ, 2006. – 221 с.
14. Есин, Б.И. История русской журналистики (1703–1917) : учеб.-метод. комплект : учеб. пособие ; хрестоматия / Б.И. Есин. – М. : Флинта : Наука, 2000. – 463 с.
15. Журналистика в мире политики : исследовательские подходы и практика участия / [С.Г. Корконосенко, И.Н. Блохин, С.М. Виноградов, В.И. Кузин, В.А. Сидоров] ; под ред. С.Г. Корконосенко. – СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 2004. – 446 с.
16. Журналист и информация : учеб. пособие / Г.В. Жирков, С.М. Виноградова, С.Г. Корконосенко [и др.]. ; С.-Петерб. гос. ун-т. – СПб. : СПбГУ, 1994. – 68 с.
17. Журналист : социол. и социопсихол. исслед. : учеб. пособие / МГУ им. М.В. Ломоносова; [А.А.Ширяева, Л.Г.Свитич, И.М.Дзялошинский и др.]. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1994. – 167 с.
18. Засурский, Я.Н. Искушение свободой : российская журналистика : 1990–2007: [сборник статей, интервью] / Я.Н. Засурский ; Моск. гос. ун-т имени М.В. Ломоносова. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 2007. – 557 с.
19. История мировой журналистики : учеб. пособие / А.Г. Беспалова, Е.А. Корнилов, А.П. Короченский [и др.]. – М. ; – Ростов н/Д : МарТ, 2004. – 425 с.

20. История печати. Антология: в 2 т. / Сост., предисл. и коммент. Я.Н. Засурского, Е.Л. Варгановой. – М. : Аспект Пресс., 2001. – Т. 1. – 419 с.
21. История печати. Антология: в 2 т. / Сост., предисл. и коммент. Я.Н. Засурского, Е.Л. Варгановой. – М. : Аспект Пресс., 2001. – Т. 2. – 496 с.
22. Ким, М.Н. Репортаж : технология жанра / М.Н. Ким. – СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 2005. – 221 с.
23. Ким, М.Н. Технология создания журналистского произведения / М.Н. Ким. – СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 2001. – 203 с.
24. Криницин, Е. Акулы интервью : 11 мастер-классов / Е. Криницин. – М. : Альпина Паблишерз, 2011. – 182 с.
25. Кольцова, Е.Ю. Институт СМИ в современной России : производство новостей как система властных взаимоотношений : автореф. дис. ... канд. социол. наук: 22.00.04 / Е.Ю. Кольцова ; С.-Петербург. гос. ун-т. – СПб., 2001. – 23 с.
26. Корконосенко, С.Г. Социальное управление и печать : учеб. пособие / С.Г. Корконосенко. – Л. : Ленинград. гос. ун-т, 1989. – 82 с.
27. Корконосенко, С.Г. Теория журналистики : моделирование и применение / С.Г. Корконосенко. – М. : Логос, 2010. – 248 с.
28. Кузин, В.И. Психологическая культура журналиста : учеб. пособие / В.И. Кузин ; С.-Петербург. гос. ун-т. – СПб. : [б. и.], 1998. – 130 с.
29. Кузин, В.И. Психология политической журналистики : от эмпиризма практики к систематическому образованию / В.И. Кузин // Средства массовой информации в современном мире : материалы межвуз. науч.-практ. конф, Санкт-Петербург, 24–25 апр. 2002 г. / С.-Петербург. гос. ун-т ; под ред. В.И. Конькова. – СПб., 2002. – С. 239–241.
30. Кузнецов, Г.В. Так работают журналисты ТВ / Г.В. Кузнецов. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 2004. – 400 с.
31. Кузнецов, И.В. История отечественной журналистики (1917–2000) : учеб. комплект : учеб. пособие ; хрестоматия. – М. : Флинта : Наука, 2002. – 638 с.
32. Лазутина, Г.В. Профессиональная этика журналиста / Г.В. Лазутина – М. : Аспект Пресс, 2000. – 208 с.
33. Лукина, М.М. Технология интервью : учеб. пособие для вузов / М.М. Лукина. – М. : Аспект Пресс, 2003. – 188 с.
34. Матвеева, Л.В. Психология телевизионной коммуникации / Л.В. Матвеева, Т.Я. Аникеева, Ю.В. Мочалова. – М. : РИП-холдинг, 2002. – 316 с.
35. Мельник, Г.С. Деловая журналистика : учеб. пособие / Г. Мельник, С. Виноградова. – СПб. : Питер, 2010. – 304 с.
36. Мельник, Г.С. Общение в журналистике : секреты мастерства / Г.С. Мельник. – СПб. : Питер, 2008. – 235 с.
37. Методы журналистского творчества / В.М. Горохов, Е.П. Прохоров, И.М. Дзялошинский [и др.]. ; под ред. В.М. Горохова. – М. : Изд-во Моск. гос. ун-та, 1982. – 151 с.
38. Навасельцава, Г.В. Фарміраванне прафесійна-камунікацыйнай зарыентаванасці студэнтаў у межах ВНВК “Факультэт і рэдакцыя” (на прыкладзе спецыяльнасці “Беларуская філалогія. Літаратурная работа ў газетах і часопісах”) / Г.В. Навасельцава // Наука – образованию, производству, экономике : материалы XVII (64) Региональной научно-практической конференции преподавателей, научных сотрудников и аспирантов, Витебск, 14–15 марта 2012 г. / Вит. гос. ун-т ; редкол.: А.П. Солодков (гл. ред.) [и др.]. – Витебск, 2012. – Т. 2. – С. 167–169.



39. Олешко, В.Ф. Психология журналистики / В.Ф. Олешко. – СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 2008. – 240 с.
40. Основы творческой деятельности журналиста : учеб. для вузов по спец. «Журналистика» / С.Г. Корконосенко, С.М. Виноградова, Г.В. Лазутина [и др.] ; ред.-сост. С.Г. Корконосенко. – СПб. : Знание, 2000. – 270 с.
41. Пасти (Юшкевич), С. Российский журналист в контексте перемен : медиа Санкт-Петербурга / С. Пасти (Юшкевич) ; под ред. Д.П. Гавры. – Тампере : Университет Тампере, 2004. – 292 с.
42. Пронина, Е.Е. Психология журналистского творчества / Е.Е. Пронина. – М. : КДУ, 2006. – 368 с.
43. Рошин, С.К. Психология и журналистика / С.К. Рошин. – М. : Наука, 1989. – 192 с.
44. Рущая, С.С. Профессиональная карьера популярных тележурналистов : проблемы творческого кризиса (зарубежный и отечественный опыт) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / С.С. Рущая ; Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова. – М., 2009. – 25 с.
45. Свитич, Л.Г. Введение в специальность : профессия : журналист / Л.Г. Свитич. – М. : Аспект Пресс, 2007. – 255 с.
46. Свитич, Л.Г. Журналист и его работа : методологические основы и результаты конкретно-социологического исследования / Л.Г. Свитич, А.А. Ширяева. – М. : Моск. гос. ун-т, 1979. – 191 с.
47. Свитич, Л.Г. Портрет российского журналиста в динамике / Л.Г. Свитич, А.А. Ширяева // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. – 2005. – № 2. – С. 94–112.
48. Свитич, Л.Г. Проблемы подготовки журналистов (итоги социологического исследования) / Л.Г. Свитич, А.А. Ширяева // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. – 2003. – № 6. – С. 7–18 ; № 3. – С. 53–66.
49. Свитич, Л.Г. Профессиональное развитие будущего журналиста : учеб. пособие / Л.Г. Свитич, А.А. Ширяева. – М. : Моск. гос. ун-т, 1989. – 223 с.
50. Свитич, Л.Г. Российский журналист и журналистское образование: социологические исследования / Л.Г. Свитич, А.А. Ширяева ; под ред. Я.Н. Засурского. – М. : ВК, 2006. – 322 с.
51. Соловьев, А.И. Основы информационно-коммуникационной деятельности / А.И. Соловьёв. – Минск : БГУ, 2009. – 191 с.
52. Сосновская А.М. Журналист : личность и профессионал (психология идентичности) / А.М. Сосновская. – СПб. : Роза мира, 2005. – 206 с.
53. Федотова, Н.А. Рекреативные функции СМИ : содержание и стратегии реализации : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Н.А. Федотова ; Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова. – М., 2010. – 21 с.
54. Царёва, Л. Под музыку репортажа / Л. Царёва. – Журналист. – 2005. – № 9. – С. 79–80.
55. Ширяева, А.А. Участие СМИ и журналистов в становлении гражданского общества / А.А. Ширяева // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. – 2011. – № 1. – С. 142–154 ; № 2. – С. 115–123.
56. Шостак, М.И. Репортер : профессионализм и этика / М.И. Шостак. – М. : РИП-холдинг, 2001. – 165 с.

Учебное издание

**НОВОСЕЛЬЦЕВА** Анна Викторовна

**ПСИХОЛОГИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ**

Курс лекций

Технический редактор

*Г.В. Разбоева*

Компьютерный дизайн

*И.В. Волкова*

Подписано в печать 18.11.2013. Формат 60x84<sup>1</sup>/<sub>16</sub>. Бумага офсетная.

Усл. печ. л. 2,91. Уч.-изд. л. 3,86. Тираж            экз. Заказ            .

Издатель и полиграфическое исполнение – учреждение образования

«Витебский государственный университет имени П.М. Машерова».

ЛИ № 02330/110 от 30.01.2013.

Отпечатано на ризографе учреждения образования

«Витебский государственный университет имени П.М. Машерова».

210038, г. Витебск, Московский проспект, 33.