

новостей (в число которых входят представители различных элит) и журналистами. Для обозначения этой деятельности возник специальный термин «спин-докторинг» (spin doctoring), который обычно переводят на русский язык как медиа-манипулирование. Спин-докторинг — корректировка освещения в массмедиа события, принявшего неблагоприятный оттенок; подача события в более благоприятном свете. Специалист этой профессии старается предложить СМИ свою версию интерпретации события. Более того, спин-доктор занимается «подготовкой ожиданий аудитории»<sup>6</sup>.

Существенная черта спин-докторинга заключается в способности обыграть ситуацию, а именно: отобрать наиболее эффективные сообщения, предложить их наиболее значимым каналам, выбрав для этого самое подходящее время. Таким образом, спин-доктор фактически «создает» событие, акцентируя внимание на сокрытии или обнаружении тех или иных тем. В этом отношении как раз и можно говорить о мощи символической власти, которая, по мысли П. Бурдьё, «обладает свойством скрывать или обнаруживать реально существующие объекты»<sup>7</sup>. Нарботана целая система приемов такого «сокрытия» или «обнаружения»: показ кого-то засыпающего во время выступления политика, комментарии за кадром, выдергивание отдельных цитат могут принципиально изменить отношение аудитории к тому или иному «лидеру мнений» или событию. Можно было бы назвать и целый ряд других технологий, реализующих задачу управления новостями.

В то же время, несмотря на тесную взаимосвязь, отношения ньюсмейкеров с медиа очень непросты, поскольку содержат в себе определенный потенциал конфликтности: желание вызвать на контакт журна-

листов подчас реализуется или неумело, или излишне назойливо, что вызывает негативную реакцию представителей СМИ.

С другой стороны, зачастую нет никакой возможности проконтролировать, как будет выглядеть конечное сообщение для целевой аудитории (и увидит ли ее общественность вообще), какую дополнительную информацию журналисты поместят в материале (примечания и комментарии конкурентов и критиков), насколько будет сокращен первоначальный текст.

Однозначно можно утверждать: взаимоотношения с представителями СМИ — сфера сложных и деликатных связей, эту сферу должно характеризовать ключевое слово — «доверие»: доверие журналиста к правдивости и качеству получаемой им информации и доверие ньюсмейкеров к профессиональным и этическим качествам тех, кто эту информацию делает публичной.

<sup>1</sup> См.: Цвик В.Л. Телевизионная журналистика: История, теория, практика. М.: Аспект Пресс, 2004. С. 212–213.

<sup>2</sup> McCombs M., Shaw D. The Agenda-Setting Function of Mass-Media // *Public Opinion Quarterly*, 1972. Vol. 36. P. 176–187

<sup>3</sup> Гончарова С.В. Формирование повестки дня: от теоретической модели к сумме технологий // *Коммуникация и конструирование социальных реальностей*: Сб. науч. статей / Отв. ред. О.Г. Филатова. Ч. 2. СПб.: Роза мира, 2006.

<sup>4</sup> Там же.

<sup>5</sup> Там же.

<sup>6</sup> Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии двадцатого века. М., К., 1999. С. 70.

<sup>7</sup> Бурдьё П. Социальное пространство и символическая власть // *Thesis*. 1993. № 2. С. 149.

**Блинова Э.В.,**

Томский государственный университет

## ДИАЛОГ ТВ И АУДИТОРИИ НА РЕГИОНАЛЬНОМ ЭКРАНЕ (УРОКИ ОДНОЙ ТЕЛЕПРОГРАММЫ)

Диалог ТВ и аудитории закономерно признан теоретиками и практиками ТВ главным принципом и наиболее современной моделью общения на экране. В классическом университетском учебнике по тележурналистике 2005 года авторы утверждают, что в основе «идеального телеканала» непременно должен быть принцип диалогичности «...с включением интерактивного общения, постоянными замами общественного мнения, оперативным формированием сетки общения

голосованием зрителей, сюжетно-телевизионным и дистанционным контент-взаимодействием...»<sup>1</sup>.

Процесс взаимодействия ТВ и аудитории, действительно, можно рассматривать как «бесконечный, прерывающийся» диалог во всей совокупности сложных проблем и тенденций журналистского творчества. Однако признание важности и сложности диалога ТВ и зрителей не означает, что он профессионально воплощается на экране и так же профессионально вводится

в современный диалог (стал ли теледиалог фактом общественного значения?). И если центральным телеканалом в этом плане далеко до «идеального телеканала», то тем более остро стоит проблема практического воплощения диалога ТВ и аудитории на региональном экране.

Хорошо известны сильные и слабые стороны регионального ТВ<sup>2</sup>. С одной стороны, близость к своей аудитории, стремление понять и оценить наиболее острые проблемы своего региона, умение работать в любых условиях и устойчивость в сложном конкурентном мире телевизионного рынка. И одновременно трудно решаемые кадровые и технические проблемы, непростое взаимодействие с местной властью, иллюзия самостоятельного решения проблем и т.д. К этим общим проблемам и противоречиям регионального ТВ добавляются творческие проблемы поиска собственного стиля и противодействия не только влиянию центральных телеканалов, но и воздействию социального опыта, вкуса, представлений своей аудитории. Сильные и слабые стороны работы регионального ТВ наглядно проявляются в профессиональном воплощении на экране принципа диалога с аудиторией. Тем интереснее представляется возможность проследить диалог регионального ТВ со своей аудиторией на протяжении ряда лет и оценить творческие поиски одного коллектива в рамках одной телепрограммы.

Два года (2011–2012 гг.) на томском канале «ТВ-2» идет телепрограмма «Естественный отбор» (в жанре ток-шоу), подготовленная творческим коллективом производящей телекомпании (продюсерского центра) «Восьмой день»<sup>3</sup>. К еженедельному ток-шоу «Естественный отбор» творческий коллектив продюсерского центра «Восьмой день» шел постепенно, с потерями и находками, с возвращением в прошлое и «рывками» в будущее, накапливая опыт диалога со своей аудиторией поэтапно. Первый этап творческих поисков воплотила телепередача «Умные люди» (2007–2009 гг.), представленная томским зрителям в программах «ГТРК-Томск» и «ТВ-2» (государственной и коммерческой телекомпаний). Достоинство программы, привлекавшее внимание аудитории, — убедительное переключение общероссийской проблемы на региональный уровень (проблема традиций как условия развития региона, проблема взаимоотношений Центра и региона — с точки зрения местной власти и «умного собеседника»). Четкость кольцевой композиции, личностная стилистика обращения ведущего Марка Минина к собеседнику и аудитории («Увидимся, если будем нужны друг другу» — концовка программы), стремление к конструктивному решению проблемы — помогали авторам создать эмоциональное и содержательное общение на экране ведущего и собеседника, а через него — экрана и зрителей в лучших программах «Умные люди». Однако, со временем, программа выявила и проблемы теледиалога на региональном уровне. Узкий круг «Умных людей» (как правило, представители власти и депутаты; реже — научная элита города)

превращали нередко разговор на экране в своеобразный ритуал, а собеседника на экране и зрителей у экрана — в условные фигуры. Недостаток «интересности» неизбежно порождал равнодушие зрителей, мешал созданию сопереживания и соучастия в проблемах. Закономерно, что творческие токи настоящего общения (на экране и у экрана) авторы видели в пространстве самой программы, в новизне формы и содержания диалога на экране.

Программа «Среда обитания» (2009–2010 гг.), созданная тем же коллективом и показанная широкой аудитории на Российском канале, представляла собой диалог автора-ведущего и комментатора с томскими зрителями. М. Минин (в роли ведущего и комментатора) осуществлял проблемный анализ конкретных фактов и событий при помощи репортерских съемок, синхронов конкретных лиц и мультперсонажей, кадров из мультфильмов и собственного иронического слова. Выразительность и зрелищность программы создавалась за счет политической остроты проблем, яркой подачи фактов, иронической стилистики комментария. Изменение формы программы неизбежно вело к новой содержательной концепции. Заявленная ведущим аналитико-созидательная цель («Изучать и создавать среду обитания», «Мы в ней живем и мы ее создаем» — эфир от 1 апреля 2009 г.) закономерно сочеталась с обращением «ко всем и к каждому» («Каждый из нас формирует среду обитания» — эфир от 24 июня 2009 г.). И так же закономерно авторы программы столкнулись с проблемой знания своей аудитории. «Мы» и «каждый из нас» заслоняли конкретное представление о тех, кому направлен комментарий ведущего и кто может включиться в диалог. Снижали качество диалога ведущего с аудиторией и «нестыковки» формы и содержания программы. Некоторые материалы программы представляли коллажи из кадров разнообразного характера, соединенные методом клипового монтажа. Зрители заражались эмоциями ведущего и яркой подачей фактов («Весна наступила. Не хотелось говорить о политике, но не могу молчать» — начало программы от 10.03.10), но не успевали оценить и проанализировать увиденное и услышанное на экране. И это мешало пониманию и созиданию общей «среды обитания», главной цели диалога программы с аудиторией.

Можно сказать, новая программа под названием «Естественный отбор» (2011–2012 гг.) объединила прежде всего достоинства предыдущих программ, наработанные и проверенные принципы и особенности диалога ТВ и аудитории. В программу вернулись «умные люди», но при этом осталось непосредственное обращение ведущего к широкой аудитории у экрана. Основа программы, содержательная и композиционная, — полемика двух главных собеседников по актуальной проблеме и комментарий ведущего Марка Минина, переводящего диалог-полемику в студии в социальный диалог с аудиторией у экрана.

Главное изменение касается содержания и цели программы. «Естественный отбор» отказался от раз-

говора по всем (или многим) актуальным проблемам и сосредоточил диалог в студии и вне ее на проблеме инноваций как главной современной проблеме российского общества и сибирского региона. (Форум проектов — «Естественный отбор» от 26.11.11; о медицине будущего, от идеи до внедрения — (эфир от 19.11.11); о проекте «Инно-Томск» — (эфир от 07.11.11). С идеей необходимых в XXI веке инноваций в программе «Естественный отбор» органично связанной оказалась и проблема современного героя, «человека дела». Поиски героя — (эфир от 12.12.11); Качества личности и проблема толерантности — (эфир от 24.10.11). Лучшие программы «Естественного отбора» пронизывает мысль о причастности «каждого» к проблеме, выраженная в обращениях ведущего к томским зрителям. («Начинать с себя. Найди в себе героя» — (эфир от 12.12.11). «Мы разучились гордиться. Сегодня мы можем гордиться Томском. Томск заявлен как инновационный центр» — (эфир от 07.11.11). Концентрация на одной, но главной проблеме времени и конкретные факты, события, герои, с ней связанные, создавали «сложную простоту» разговора на экране, делая его понятным разным слоям населения и одновременно заставляя «осмыслить собственные страхи и ощущения», «подумать и оценить возможные пути личного решения общей проблемы» (эфир от 12.07.12). О лучших программах «Естественного отбора» ведущий имел право сказать: «Многие и многое услышали и поняли» (концовка программы от 25.02.11). Закономерно и то, что неудачными оказывались программы, которые отступали от главной темы, повторяли известные идеи и общие слова, превращали полемику-диалог в сумбурный «разговор ни о чем» (разговор о современной журналистике (эфир от 10.09.11) или о томских политических партиях (эфир от 01.10.11)).

Уроки прошлых диалогических программ на томском экране отчетливо сказались и в творческом воплощении теледиалога в «Естественном отборе». Интересные, яркие, запоминающиеся программы связаны с удачным отбором собеседников (профессора О. Лебедева и А. Янушкевич в программе, посвященной героям Отечественной войны 1812 года; Л. Огородова и В. Удуг в программе о медицине будущего), с содержательным участием экспертов и публики в студии (открытый и эмоциональный разговор о городе, «в котором хочется остаться», о стратегии Томска (эфир от 05.10.11), с профессионально-точным и продуманным комментарием ведущего). «Нестандартность» региональных ведущих, замеченная еще в конце 90-х гг. критиком А. Вартановым<sup>4</sup>, проявляется в пластике самовыражения, эмоциональном слове комментария, личностном отношении к теме, событию, человеку автора и ведущего программы М. Минина.

Особая тема — воплощение диалога на экране как зрелища. Проблемный, полемический разговор включает зрелищные качества «ринга»: острота интеллекта, быстрота реакции, логика и четкость речи собеседников и ведущего соединяются в единый те-

леобраз выразительным крупным планом внешнего облика участников разговора, мастерством монтажа общих и средних планов обстановки и динамики действия на экране. Современная технология дает возможность показать процесс творчества «в разрезе»: поворот темы, вызванный неожиданным включением участников разговора в студию, мастерство ведущего с его профессиональной реакцией на «сотворчество зрителей». Зрелищность диалога на экране создается и игровыми, музыкальными моментами, связанными с темой разговора (песня в передаче о Высоцком, стихи Маршака в разговоре о герое). Органично входят в диалог на экране и костюмированный рассказ о Томском пехотном полку в разговоре об Отечественной войне 1812 года, и хоровые песни в диалоге о первом этнофоруме в Томске. Все эти зрелищные приемы и особенности, несомненно, делают теледиалог более доступным, понятным и привлекательным для региональной аудитории.

История творческих поисков авторов программы «Естественный отбор» непосредственно связана и с жанром ток-шоу. В драматургии и в структуре ток-шоу заложена ориентация на взаимодействие с «другими». «Другие» — это и непосредственные собеседники в студии, и эксперты, оценивающие поединок и ситуацию, и герои из публики в студии со своими жизненными эпизодами, личными суждениями, и массовая аудитория у экрана. Диалог в студии чаще всего удавался. Благодаря содержательной точности и актуальности проблемы, удачно найденным творческим приемам, динамичному ведению разговора в студии создавался его необходимый профессиональный уровень. Программа «Естественный отбор» избежала общего для современных ток-шоу («Пусть говорят», «Прямой эфир» и т.д.) «пожелтения коммуникационного поля» (Т. Адамьянц). Важным для программы оказалось и постоянное место в программе независимого телеканала «ТВ-2». Коммерческая телекомпания «ТВ-2» имеет в Томске постоянный и устойчивый круг зрителей (вузовская аудитория студентов и преподавателей, властные структуры и депутаты всех уровней, либерально настроенные телезрители различных возрастов и профессий). Несомненно и влияние общего контекста программы «ТВ-2» (соседство с серьезной аналитической программой И. Потоцкого «7» и с острыми информационными программами «Дождя» — «Здесь и сейчас», «Дзядко 3»).

Проблемой для дальнейшего развития и совершенствования программы «Естественный отбор», как представляется, стало расширение пространства диалога, включение его в социальный диалог. Широкою аудиторию привлекали «человеческие» истории (репортажный рассказ о таксисте, спасшем детей, в программе о современном герое или семейные истории певцов в программе об этнофоруме), доброжелательный тон полемики в студии, настойчивое обращение ведущего к «каждому». Но современная технология дает возможность большего включения широкой аудитории

в разговор на экране, что мало и редко использовала программа «Естественный отбор». Ощутимыми стали и рамки жанра ток-шоу. Правда, первые попытки привлечения аудитории к разговору в «свободном формате» трудно назвать удачными: (невразумительный разговор об «эмиграции» томичей и сухой, официальный разговор о культуре города с отчетами властей и призывами: «Участвуйте в наших программах «Свободного формата!»).

Уроки диалога ТВ и аудитории в одной томской телепрограмме убеждают в том, что включение широкой аудитории в теледиалог (и, наоборот, теледиалога в современный социальный диалог) сегодня не просто профессиональная проблема. Она содержит серьезное общественное, философское, психологическое значение («Понятно, кто я?», «Что я могу?», «Как я включен в жизнь, в дело?»). Современный диалог ТВ и зрителей выступает как «явление гуманитарного сознания» (М. Бахтин)<sup>5</sup>, в котором творческие поиски на экране (даже в рамках одной программы) способны помочь телезрителям разобраться в новой и сложной повседневности, обрести социальную активность, найти свое место в жизни. На региональном ТВ продолжают профессиональные

поиски действенного современного диалога телевидения и аудитории.

<sup>1</sup> Телевизионная журналистика. М.: Изд-во МГУ, 2005. С. 292.

<sup>2</sup> См. подробней обзор современных исследований регионального ТВ в монографии: «ТВ Сибири». Томск: Изд-во ТГУ, 2010. С. 53–81.

<sup>3</sup> На сайте продюсерского центра «8-й день» в Интернете дана краткая история телекомпании (создана в 2006 году), характеристика кадров (коллектив из 30 человек, возглавляемый Марком и Иритой Миниными), оборудования (одна вещательная студия и пять монтажных комнат), создаваемой телепродукции (ежедневная информационная программа «Дежурный по городу», еженедельное ток-шоу «Естественный отбор», документальные фильмы и сериалы).

<sup>4</sup> Вартаков А. Дороже звездного блеска // Журналист. 1998. № 4. С. 34–35.

<sup>5</sup> Бахтин М. Литературно-критические статьи. М., 1980. С. 441.

**Ерофеева И.В.,**

*Забайкальский государственный университет (Чита)*

## **«ПСИХОЛОГИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ» В КОНТЕКСТЕ ДОМИНАНТНЫХ ПРОБЛЕМ СОВРЕМЕННОСТИ**

Психология журналистики — молодое направление научного знания, которое в конце 1980-х дифференцировалось от психологии массовой коммуникации и стало активно разрабатываться на факультетах журналистики МГУ, СПбГУ и тогда еще Свердловского университета. Востребованность и актуальность данной дисциплины сегодня связаны не только с психологической сущностью журналистского творчества, в основе которого лежат привлекательные для человека категории: Общение, Взаимопонимание, Интересы/ Потребности и др. Освоение проблемного поля и инструментария «Психологии журналистики» помогает будущему профессионалу оценить мощный потенциал современного информационного пространства и впоследствии быть полноценным участником информационного обмена, инициировать новостные потоки, а не выступать объектом манипулятивного произвола со стороны власть имущих, использующих информацию как основной рычаг воздействия в соци-

альных технологиях и политических играх. Студент по окончании изучения лекционно-практического курса должен иметь четкое представление об особенностях массмедиа в информационном обществе, о специфике политической деятельности, которая сегодня преобразовалась в информационную борьбу за сознание общества, за управление психикой элиты социальных групп.

В эпоху информационно-психологических войн не текст задается реальностью, а тексты создают реальность. Для субъектов политического, коммерческого и иного рода противоборств очевидно: контролировать следует не сам мир, а рассказы о нем. В результате актуальное пространство метатекста СМИ представляет собой достаточно разветвленную систему методов и приемов влияния на психику аудитории. Поэтому одна из ключевых задач «Психологии журналистики» — раскрыть возрастающую роль СМИ в усилении действия психологических факторов, качественно изменяющих