

Н. Н. Летина, Н. А. Буренина

Имиджевый фактор восприятия аудиторией творчества журналиста-аналитика

Выполнено по гранту Российского научного фонда № 14-18-01833

В статье рассматриваются имиджевые аспекты личности и деятельности специализирующегося в области аналитики журналиста, интегрируемые в создаваемый им журналистский продукт. Обосновывается влияние имиджа личности на восприятие продукта творчества того или иного журналиста аудиторией. Личность, профессиональная деятельность, тексты репрезентативных представителей отечественной аналитической журналистики Дмитрия Быкова и Максима Соколова раскрываются как носители имиджевого сообщения, репутационного послания. Публицисты, имеющие неповторимую индивидуальность, по-разному формируют личностный имидж. То, как конкретный журналист-аналитик идентифицирует себя, как преподносит свои ценности, установки, взгляды, как презентует свою внешность, в конечном итоге влияет на восприятие его текстов. Сопоставление двух образов, двух совершенно разных стилей приводит нас к выводу о том, как может презентовать себя, свою личность, свои убеждения журналист-аналитик, журналист-мыслитель.

Ключевые слова: имидж, творческий продукт, журналист-аналитик, восприятие творчества, внутренний уровень имиджа личности, внешний уровень имиджа личности, Д. Быков, М. Соколов.

N. N. Liotina, N. A. Burenina

The Image Factor in Perception of the Journalist-Analyst's Creative Work by Audience

The image aspects and activity (integrated in one journalist product) of the journalist-analyst who is specialized in analytics of a journalist are covered in this article. It is proved the influence of the person's image on the perception of the creative product of any journalist by the audience. Personality, professional activities and the texts of representatives of the native analytic journalism Dmitry Bykov and Maxim Sokolov who are recognized as founders and carriers of the image or reputational message. Publicists who have their own inimitable individuality form their personal image in different ways. The way which the journalist identifies him/herself like an individuality, the way how he/she expresses his/her point of view, the way how the journalist presents his or her appearance influences the perception of his/her texts. Comparison of two different images, two different styles shows us how the journalist-analyst (journalist-thinker) can present his/her ideas and credo.

Keywords: image, creative product, journalist-analyst, perception of the creative work, internal level of the person's image, external level of the person's image, D. Bykov, M. Sokolov.

Журналистика как область профессиональной деятельности всегда имела дело с субъективным началом. Базисы журналистского ремесла опираются в любом конкретном случае на продукт творчества, представляющий собой текст, основанный на индивидуальном стиле. Создатель текста, творец, он же публицист – в той или иной мере личность публичная, занимающая свою сугубо индивидуальную позицию в мире фактов и мнений. Журналист как личность известная, имеющая свое мировоззрение, выраженное в продукте его творчества, воспринимается читателем как цельный образ, содержащий в себе совокупность особых характеристик. Проще говоря, публицист имеет неповторимый имидж, основанный на внешних и внутренних факторах его работы.

Имидж – это образ целенаправленный, создаваемый журналистом как нечто, отражающее его

принципы. Имидж отражает непосредственное желание журналиста создать определенный имидж для окружающих. Однако имидж включает и реальные качества и черты, которыми обладает та или иная персона. То есть это совокупность всех проявлений личности, отражающих ее персональное внешнее «Я». Компонентами, работающими в этом направлении, могут быть поведение, реакции, внешность журналиста, вынесенные на публику предпочтения. Однако имидж в полной своей мере носит не только внешнее «Я», но и внутреннее, выраженное с помощью продукта журналистского творчества, в данном случае текста, кодирующего в себе не только информационное послание, но и некоторые личностные свойства автора. То есть сам продукт журналистского творчества в немалой степени работает на создание имиджа. Мысли, высказывания, обозначение позиции, стиль, тип мышле-

ния, владение словом создают полный образ, направленный на восприятие аудиторией конкретной персоны. Тест сам по себе не может существовать без автора, и восприятие текста не может осуществляться отдельно от личности, имеющей внешнее и внутреннее «Я», которое самопроизвольно учитывается аудиторией при восприятии информации, заложенной в том или ином произведении журналистского творчества.

Имидж журналиста чаще всего строится на неоднозначных, эпатазирующих, ярких проявлениях личности. Он формируется в зависимости от типа мышления, способов реакции на воздействие, эмоциональной направленности и ценностных ориентаций журналиста. В зависимости от этого имидж строится не только на профессиональных качествах журналиста, но и на человеческих, включая в себя социальные роли. То, кем является журналист в обычной жизни, что он совершает, помимо своей профессиональной деятельности, в конечном счете определяет его имидж.

Итак, имидж журналиста может базироваться на следующих принципах: пол журналиста (различные грани личности мужчины и женщины), внешний образ, определенное мировоззрение или жизненная позиция, этические и моральные принципы, образ жизни, сам творческий продукт, включающий характеристики личности.

Исследователи категории имиджа в журналистике, делают акцент на анализе личности телеведущего. Конечно, наиболее зависимы от этого фактора профессиональной деятельности люди, каждый день попадающие в поле зрения определенной аудитории и играющие ту или иную роль в программе. Однако журналист-публицист, журналист-аналитик не менее «тщательно» формирует свой имидж, который воздействует на читателя и определяет восприятие им продукта. Имидж журналиста-аналитика должен включать черты мыслителя, внимательного наблюдателя, борца за истину и правду, знатока своего времени и прошедших эпох, интеллектуально и художественно одаренную личность, имеющую свою позицию и, возможно, нестандартное представление о процессах, протекающих в обществе. Журналист-аналитик – личность не менее публичная, творческая, открытая, вызывающая толки, нежели журналист, работающий на телевидении. Ярким примером могут служить такие журналисты, как Дмитрий Быков, Юлия Латынина, Валерий Панюшкин, Эдуард Лимонов. Персоны, конечно, всем знакомые, имеющие в своем арсе-

нале либо качественные материалы, либо продукты творческой деятельности, отличающиеся неоднозначностью. Однако это указывает на то, что имидж конкретного журналиста-аналитика, прежде всего, базируется на качестве созданных им текстов. Более интересные, продуманно-осмысленные, компетентные, глубокие материалы будут, в основной массе своей, положительно работать на имидж журналиста. Тексты, отличающиеся поверхностностью, тривиальностью, неоправданностью и узостью мыслей, наоборот, повлияют на имидж с крайне отрицательной стороны. То есть категория творчества в журналистике оказывает прямое воздействие на восприятие автора.

«Имидж человека публичного, каким является журналист, должен отвечать как минимум четырем критериям:

- Компетентность – мера способности источника знать правильный ответ на поставленный вопрос или владеть истинным положением вещей.

- Надежность – мера отсутствия у источника предвзятости и необъективности в глазах аудитории. В реальной жизни бывает редко. Чаще источник или компетентен, но ненадежен, либо надежен, но некомпетентен.

- Привлекательность.

- Убедительность (умение воздействовать психологически на аудиторию)» [4].

Таким образом, «имидж журналиста включает в себя внешний уровень и внутренний уровень. К внешнему относится визуальный аспект (данные внешности, одежда, обувь, прическа, косметика, аксессуары), аудиальный аспект (особенности речевого поведения, темп, тембр, тон и интонирование, стилистические особенности речи, наличие/отсутствие говора), кинестетический аспект (пластика, жесты, мимика). К внутреннему относятся умения и знания, установки, ценности, концепция «я» [2].

В современной отечественной аналитической журналистике немало публицистов, имеющих свой неповторимый имидж. Иногда он вполне соответствует типу мыслителя и творческого человека, но часто отличается неоднозначностью, вызывает вопросы и толки. Например, всем известная персона журналиста, критика, писателя – Дмитрия Быкова. А имидж менее известного, но не менее интересного и весомого журналиста Максима Соколова, наоборот, более классичен, понятен и уместен для аналитика. Если придерживаться двух уровней, которые позволяют про-

анализировать имидж, то первое, на что мы должны обратить внимание, – внешность, речь, жесты и мимика.

На наш взгляд, внешние данные для журналиста-аналитика имеют не самое большое значение, однако на его восприятие, на его имидж работают непосредственно. Что мы должны увидеть во внешности журналиста-аналитика? Высокий лоб, задумчивый взгляд, особую творческую нестандартность, проявляющуюся в одежде, аксессуарах, причёске? Но, возможно, все это субъективно. Обратимся к внешности Дмитрия Быкова и Максима Соколова. Д. Быков презентует свою внешность как совершенно обыденную, бытовую, не отяжеленную чем-то эстетичным, нестандартным, эпатазирующим. Темные волосы, одежда, не отличающаяся изысканностью, оригинальностью: футболка, джемпер, брюки. Это довольно массивный человек, свободно и раскованно представляющий свою личность. Из особенностей стоит отметить, что преподносит он себя комически, на фотографиях часто изображает смеющимся или с комичной мимикой. Простота, сопряженная с естественностью, приближает имидж Д. Быкова к читателю, но не всегда положительно влияет на его восприятие. Максим Соколов представляет собой более сложный, серьезный, глубокий образ, как раз характерный для журналиста-аналитика. Это, как мы уже отмечали, высокий лоб, пронизательный взгляд, интеллигентность. Глядя на этого журналиста, можно сразу понять, что перед нами мыслящий, умный, глубокий, культурный человек. Этому в первую очередь соответствует борода, которая некогда была у Льва Толстого, круглые очки, которые окружающими воспринимаются как маркер интеллектuality, и, конечно, классическая одежда, которая делает его серьезным и статным.

Аудиальный уровень фактически совпадает с визуальным. Это касается как прямого контакта, так и речевой стилистики, выраженной посредством текста. Особенность речевого поведения Д. Быкова базируется на свободной, плавной текучести выражений, подкрепленной множеством сравнительных оборотов, всплывающих образов, эпитетов, возможно, гипербол. То есть журналист активно использует в языке литературные тропы, которые отличаются аналитизмом. Темп речи достаточно динамичен, характерна быстрая реакция на внешние факторы, активные переходы от одной мысли к другой.

Если анализировать стилистические и речевые особенности, присущие именно текстам, то

можно отметить некоторую разбросанность мыслей, скорее творческую подачу, нежели аналитическую, высокую образность, ассоциативность и экспрессивность. Речь Максима Соколова отличается назидательный тон, она размеренна и официальна, не столь яркая, экспрессивная, насыщенная, но каждое слово имеет свой вес, глубину, значение. Фразы, произнесенные «просто так», совершенно не характерны для высказываний М. Соколова – каждое предложение выверенно и несет смысловую нагрузку. Речь журналиста сугубо аналитична, предназначена для людей мыслящих. Если касаться речевых оборотов, используемых в тексте, то можно сказать, что они порой объемны, часто нестандартны, интеллектуальны. В письменной речи М. Соколов чаще использует метафоры, фразеологизмы, расставляет ироничные акценты: например, «веселая символическая антропофагия», «креативные киевляне», «сентиментальное умягчение сердец» и т. д.

Кинестетический уровень у каждого из журналистов проявляется по-разному. Если Д. Быков – это живость, яркость, самоуверенность, постоянное использование жестов, подкрепляющих речь, разнообразная мимика, демонстрирующая палитру эмоций, то М. Соколов – это сдержанность, интеллигентность, абсолютная правильность, где-то даже монотонность, то есть отсутствие жестов и мимики, которые замешают глубина и аналитичность.

Второе, на что мы обращаем внимание, рассматривая имидж журналиста-аналитика, – внутренний уровень имиджа: умения и знания, установки, ценности, концепция «Я».

Дмитрий Быков идентифицирует себя не только как журналиста, но, прежде всего, как писателя, поэта и критика, преподавателя, что, конечно, подкрепляется его романами, стихотворениями и критическими материалами, в основном направленными на анализ современного кинематографа и литературы. Можно сказать, что Быков – личность протестная, противоречивая и непоследовательная, но интересная. Он – ярый оппозиционер, антисталинист и активист. Участвовал в нескольких митингах, открыто демонстрируя свою позицию. Сам Д. Быков отмечает: «Я никогда не ставил своей задачей влиять на мнение россиян. Я ставлю себе задачу напоминать людям, что есть абсолютные ценности, а дальше они пусть думают сами» [1]. То есть журналист воспринимает себя и свои действия

как ориентир в современных российских условиях, к которому должен стремиться человек, понимая и воспроизводя его. При этом Д. Быков не чужд искусству – он пишет стихи, в которых, однако, нужно отметить политическую подоплеку. Кроме того, журналист преподает литературу, надеясь, что этим приносит пользу.

Максим Соколов явно идентифицирует себя как истинный журналист, пытаясь оставаться объективным и мыслящим. «К любым формам общественной активности – избирательным кампаниям, забастовкам, голодовкам, митингам и так далее – проявляет интерес исключительно как журналист» [3]. Он наблюдает и анализирует со стороны, ищет причинно-следственные связи в тех или иных событиях, дает им трактовку или оценку. Анализируя ситуацию в современной России, Соколов говорит: «Другие народы и сами устроятся, а я бы хотел, чтобы и мы неплохо жили» [3]. Никакого яростного протеста мы не видим, он скорее скрыт, но в форме отстраненной, как бы присущей каждому человеку в мире. Ценности М. Соколова, можно сказать, базовые для «крупного» журналиста: Родина, свобода и народ, его благосостояние.

Таким образом, имидж Дмитрия Быкова отражает стремление к творчеству, о чем говорит экспрессивность, образность, многогранность, протестность и в силу этого всего неоднозначность. Поэтому имидж, деятельность Быкова воспринимается совершенно по-разному: кто-то считает его интересным, нестандартным, проникновенным, художественным, а у кого-то тексты, написанные журналистом, вызывают раздражение, недоумение и сарказм. Он ассоциируется и с качеством, и с массовостью сразу. Однако все же личность Дмитрия Быкова имеет авторитет.

Имидж Максима Соколова определяется как конкретный, интеллигентный, самодостаточный, поэтому его творчество воспринимается, прежде всего, как ориентир качества, аналитичности, глубокомыслия. А если обратиться к списку изданий, с которыми сотрудничал журналист («Эксперт», «Известия», «Коммерсантъ»), то можно с уверенностью сказать, что он (имидж)

максимально соответствует общепринятым представлениям о журналисте-аналитике.

Таким образом, влияние имиджа на восприятие творчества того или иного журналиста-аналитика совершенно очевидно. То, как он презентует себя, свою внешность, взгляды, установки, в конечном счете, влияет на восприятие его текстов, мыслей и действий.

Библиографический список

1. Глуховский, М. Интервью с Дмитрием Быковым [Электронный ресурс] / М. Глуховский. – Режим доступа: <http://ru-bykov.livejournal.com/2147090.html>, свободный. Проверено 19.02.2016.
2. Летина, Н. Н. Имидж в культурологическом дискурсе [Электронный ресурс] / Н. Н. Летина // Ярославский педагогический вестник. – 2015. – № 2. – Т. 1. – С. 52–57. – Режим доступа: http://vestnik.yspu.org/releases/2015_2k/12.pdf, свободный. Проверено 18.02.2016.
3. Максим Соколов // Русский журнал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://old.russ.ru/authors/sokol.html> свободный. Проверено 19.02.2016.
4. Мельник, Г. С. Общение в журналистике: секреты мастерства [Электронный ресурс] / Г. С. Мельник. – Режим доступа: wabby.ru/obm/upload/1796_1319440052_5516.pdf, свободный. Проверено 18.02.2016.

Bibliograficheskiy spisok

1. Gluhovskij, M. Interv'ju s Dmitriem Bykovym [Jelektronnyj resurs] / M. Gluhovskij. – Rezhim dostupa: <http://ru-bykov.livejournal.com/2147090.html>, svobodnyj. Provereno 19.02.2016.
2. Letina, N. N. Imidzh v kul'turologicheskom diskurse [Jelektronnyj resurs] / N. N. Letina // Jaroslavskij pedagogicheskij vestnik. – 2015. – № 2. – Т. 1. – С. 52–57. – Rezhim dostupa: http://vestnik.yspu.org/releases/2015_2k/12.pdf, svobodnyj. Provereno 18.02.2016.
3. Maksim Sokolov // Russkij zhurnal [Jelektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <http://old.russ.ru/authors/sokol.html> svobodnyj. Provereno 19.02.2016.
4. Mel'nik, G. S. Obshhenie v zhurnalistike: sekrety masterstva [Jelektronnyj resurs] / G. S. Mel'nik. – Rezhim dostupa: wabby.ru/obm/upload/1796_1319440052_5516.pdf, svobodnyj. Provereno 18.02.2016.