

**ББК-76.12**  
**УДК-002**  
**К-28**

**И.Т. КАСЬМОВА**

## **РОЛЬ ЭМОЦИЙ В ОБЩЕНИИ И В ОСВЕЩЕНИИ РЕАЛЬНОСТИ**

Говоря о психологии общения, мы считаем нужным рассмотреть одно из таких психологических явлений, как эмоция. Человек проживает жизнь, переживая каждый её миг. Эмоция - некий способ или вид восприятия окружения и самовыражения, человек воспринимает окружение сквозь призму своих эмоций. «С общебиологической точки зрения полезность эмоций заключается в том, что они представляют собой механизм, «удерживающий жизненный процесс в его оптимальных границах и предупреждающий разрушительный характер недостатка или избытка каких-либо факторов жизни данного организма» (7, с.20).

В журналистике эмоция является средством достижения результата. Материал журналиста направлен на эмоцию аудитории, на её душевный настрой. «Эмоция - это переживания личности, связанные с удовлетворением или неудовлетворением её потребностей» (7, с.11). Не только «удовлетворение или неудовлетворение», но и такие явления, как сострадание, сочувствие, сопереживание, ненависть, злоба связаны с эмоциями, которые вполне могут появиться у аудитории в результате работы журналиста. Эмоции придают событиям, явлениям и предметам окружающей среды определённый оттенок и значение. Они определяют отношение людей друг к другу, их поведение; «...функция эмоций заключается в выполнении ими роли фактора, подкрепляющего и закрепляющего полезное действие» (7, с.20).

Новый век отличается высокой скоростью как технологий, так и ритма жизни людей. Сегодня скорость определяет успех. В любой отрасли нужно закончить определённую работу в краткие сроки. В том числе и в журналистике. Журналисты, работающие на частные СМИ, острее ощутили влияние скорости в подаче новостей. «Эмоции являются тем языком, той системой сигналов, посредством которой субъект узнаёт о потребностной значимости происходящего» (6, с.12). Эти сигналы проявляются в виде разных состояний у людей. Одним из таких состояний является стресс. Недостатком высокого темпа жизни и работы людей мы считаем стресс, который всегда является обратной стороной безумной скорости. Английское слово «стресс» (stress) обозначает «давление, нажим, напряжение» (5, с.541). «С термином «стресс» связаны и другие понятия, такие, как тревога, напряжение и т. п.» (1, с.6). По нашему мнению, именно скорость и постоянное переживание из-за того, что человек может опоздать, не выполнить в срок дела, не успеть на встречу, вызывают стрессовое состояние. «У человека самым частым стрессором являются эмоциональные раздражители. Эмоции порождают стресс (адаптационный синдром) или дистресс. В свою очередь стресс порождает эмоции» (7, с.18). Со временем

стресс может появиться и без «эмоциональных раздражителей», поводом к раздражению может стать любая ситуация, с которой журналист сталкивается каждый день. Влияние на эмоции и умение сдерживать собственные эмоции так же важны для журналиста, как владение пером, умение задавать вопросы, правильная подача материала, объективное освещение событий. Быстрый темп работы, постоянное ощущение того, что можно не успеть к выпуску газеты или передачи, накапливают тревогу, негативные эмоции, в результате чего может появиться чувство неуверенности. «Тревожное напряжение включает несколько симптомов. 1. Симптом переживания из-за психотравмирующих обстоятельств 2.Симптом «неудовлетворенности собой». 3. Симптом "загнанности в клетку". 4. Симптом "тревоги и депрессии"» (2, с.80-81). Их накопление и приводит к стрессу. «Неспецифический ответ организма на любое предъявленное ему требование Г. Селье назвал стрессом» (7,с. 18). Российский учёный В. Бодров, ссылаясь на зарубежного автора Ч.Д. Спилбергера, утверждал, что: «состояние тревоги возникает, когда индивид воспринимает определенный раздражитель или ситуацию как несущие в себе актуально или потенциально элементы опасности, угрозы, вреда» (1, с.7). Также, по нашему мнению, на появление тревоги и других отрицательных чувств может повлиять на психологический климат в редакции, где работает журналист, характер взаимоотношений в коллективе и отношения работодателя с журналистом. Как правило, у творческих личностей свои особенности, интересы и взгляды на окружающий мир, столкновение которых может вызвать самые разные ситуации, в результате которых и появляется стрессовое состояние. «Вредоносный, или неприятный, стресс называют «дистрессом» (7, с.18). Мы затронули эту проблему, потому что, **во-первых**, в стрессовом состоянии журналист не может объективно освещать события и давать оценку происходящему; **во-вторых**, в стрессовых ситуациях невозможно вступать в благоприятное и эффективное общение, приводящее к положительным результатам; и, **в-третьих**, стресс стал одним из самых популярных слов в последние годы. Эмоциональные установки в обществе изменчивы, как и другие установки. «...По мере исторического развития эмоциональные отношения людей друг к другу всё в большей степени выступают в качестве непосредственных регуляторов поведения» (4,с.36). Также эмоциональное состояние журналиста влияет на его поведение на телеэкране или на радио во время интервью, беседы и в общем на деятельность и подачу материалов. «Наряду с общей подготовкой организма к действию отдельные эмоциональные состояния сопровождаются специфическими изменениями в пантомимике, мимике, звуковыми реакциями» (6, с.16). Этим отдельным состоянием, по нашему мнению, является стрессовое состояние. А также эти изменения, в свою очередь, могут влиять на построение общения журналиста с окружением. Опасность постоянного негативного эмоционального состояния заключается в том, что: «Эмоции проявляются как процессы и состояния, в устойчивых формах реагирования они могут переходить в свойства личности» (7, с.5).

Начиная разговор, журналисту в первую очередь нужно настроиться на собеседника, на его эмоциональный уровень. Это могут быть его ценности, такие, как национальные, религиозные, культурные и т.п. Российский учёный Л.

---

Выгодский называет эту стадию построения общения «эмоциональным разрядом». «...Эмоциональный разряд происходит автоматически, рефлекторно, столь же автоматически и рефлекторно возникает эмоция» (3, с.45). С этим мнением мы не можем согласиться. Конечно, между знакомыми людьми может быть автоматическая настройка, поскольку знакомые люди знают о ценностях и предпочтениях друг друга. Но в деятельности журналиста приходится ежедневно разговаривать с совершенно незнакомыми людьми, и для настройки журналисту требуются предварительные знания об интервьюируемом, если это запланированная встреча. А если разговор не запланирован, ему необходимо настроиться на своего собеседника исходя из своих наблюдений за короткий промежуток времени, когда он начинает беседу, здоровается с ним. Но мы согласны с мнением, что: «Эмоции переводят весь организм на опыт» (7, с.21); тем самым они помогают журналисту войти в определённое состояние и чётко оценить ситуацию, направить разговор в нужное русло, создать благоприятную обстановку для беседы и передать данную эмоцию своей аудитории. Эмоции формируют внутреннюю реальность человека. Так как эмоции могут быть как положительными, так и отрицательными, их влияние на аудиторию также может быть разным. Любая ситуация так или иначе влияет на эмоции человека. «Конечно, любые межличностные отношения и любые реализующие их акты общения имеют тот или иной эмоциональный (или оценочный) компонент» (4, с.4), влияние которого отражается на материалах, подготовленных журналистом, а они, в свою очередь, влияют на аудиторию по-разному. Хотелось бы отметить, что картинки и видеоролики оказывают больше влияния на телезрителя, чем текст газеты или звук радио, и на сегодняшний день телевидение остаётся лидером по воздействию на аудиторию. На втором месте, по нашему мнению, стоят фотографии в газетах, один фоторепортаж заменяет статью в целую полосу, и здесь нет ничего удивительного. Визуальные средства всегда имеют приоритетное воздействие по сравнению с остальными.

Взаимоотношения людей - один из самых главных вопросов многих гуманитарных наук, и он требует более глубокого и комплексного исследования. Российский учёный Я. Гозман считает, что этот вопрос мало исследовался: «И, как это ни парадоксально, психология — наука о душе — до сих пор лишь крайне редко и фрагментарно исследовала проблему эмоциональных отношений» (4, с.1). Мы также считаем, что проблема эмоциональных отношений людей нуждается в более глубоком изучении. Проявления эмоций в взаимоотношениях, конечно, рассматривались прежде в отечественной литературе, поэзии и философии в различных ситуациях. «Эмоции – уникальное творение живой природы, наиболее универсально реализованное в человеке» (2, с.4). Но пособия об эмоциональном аспекте журналистики не встречаются на отечественном научном пространстве.

Как мы уже отметили, эмоции, вложенные журналистом в материалы, передаются читающей аудитории.

В газете «Фараж» (10) мы прочитали статью под заголовком: «Вахш! Я твой владделец!» («*Вахш! Ман сохиби ту!*»), подзаголовок которой изложен следующим образом: *Таджик больше ничего не имеет, чтобы дарить кому-то. (Точик дигар чизе надорад, ки ба касе бубахшад)*. С первых строк статьи ощущается сильное

эмоциональное давление: *«Потому что в течение веков своего существования всё подарил другим» (Зеро точик тули карнхой мавчудиятаи хамаро ба дигарон бахииду дод)*. Далее идёт напоминание читателю материала о важности и стратегическом значении строительства Рогунской ГЭС, который был опубликован в журнале **«Огонёк»** в советские времена. Мы убеждены, что автор написал свой материал под влиянием эмоций, источником которых могла стать статья в журнале **«Огонёк»**, о которой напомнил сам автор. *«Важное стратегическое, региональное и всестороннее экономическое значение и целесообразность строительства Рогунской ГЭС были доказаны в те времена»*. Эмоции журналиста передаются читателю, поскольку статья была написана в самый разгар регионального спора о строительстве Рогунской ГЭС: *«...эмоции всегда имеют характер, захватывающий всего человека...» (7,с.5)*.

Эмоциональным влиянием также обладают развлекательные телевизионные передачи. И, вопреки ожиданиям создателей, они могут влиять на аудиторию отрицательно. К примеру, ток-шоу на ТВ **«Азия» (8) «Марзи конун» («Грань закона)**). В передаче, которую мы хотим рассмотреть, обсуждалась тема коррупции, что, несомненно, заинтересовало всех зрителей. Но, на наш взгляд, эта передача воздействовала на зрителя не благодаря эмоциям журналиста или гостей передачи, а тем, как лицемерно все гости (это были преподаватели вузов, социологи, юристы) рассказывали о теории коррупции в целом. И почему это явление встречается даже в продвинутых и развитых странах. Но никто не привёл конкретных фактов или конкретного случая про коррупцию в регионе или в стране. Зрители в зале также сидели молча и присоединялись к теме беседы натянуто и нехотя. Судя по манерам и жестам участников, создавалось впечатление, что тема никого не интересовала, а может, просто люди решили отмолчаться и «не высовываться», повинувшись инстинкту самосохранения; *«...эмоциональная экспрессия осталась одним из главных факторов, обеспечивающих так называемую невербальную коммуникацию» (6, с.16)*. Ведущий не привёл конкретного случая, не воспользовался данными статистики про случаи задержания того или иного чиновника или другими конкретными примерами о коррупции, хотя всем известна степень коррумпированности в стране. Такой сценарий может вызвать негативные эмоции у зрителя, который сталкивался с коррупцией в реальности. Возможно, авторы передачи не задумывались о влиянии такого построения передачи на аудиторию. Но в таком случае они рискуют потерять свою аудиторию, которая ждёт от журналиста честной и объективной подачи материала.

Аналогичную ситуацию можно привести с передачей телеканала СМ-1 (г. Худжанд) в ток-шоу **«Офтоби мехрубони» («Солнце доброты»)** (9). Тема передачи **«Новые сплетни» («Овозаи нав»)**, в Согдийской области с конца весны 2010 года распространились слухи о похищении детей и подростков, но в местных СМИ ничего про такие явления не было напечатано. И соответствующие органы всеми силами отрицали эту ситуацию. Передача **«Офтоби мехрубони» («Солнце доброты»)** взяла на себя ответственность донести до аудитории эту тему. Как и во время других выпусков этого ток-шоу, в студию были приглашены гости, эксперты и зрители, но хочется отметить, что выпуск отличался от предыдущих: во-первых,

---

настроением ведущей, она казалась неестественно весёлой; во-вторых, в передаче отсутствовал конфликт мнений, чего требует характер программы; все гости, эксперты и зрители в один голос утверждали, что этим сплетням не стоит поддаваться и верить. Слова эксперта звучали примерно так: «*В детстве нам взрослые твердили, чтобы мы не выходили на улицу, а то нас могут похитить, эти сплетни схожи с теми суждениями*»; или слова зрителей: «*Такие сплетни распускают те, кто сидит без дела, от безделья они выдумывают всякое*», или слова другой зрительницы: «*Я тоже не поверила в сплетни про похищение детей, и хочу сказать зрителям, чтобы они тоже не верили всему, что говорят*». И наконец, гости-милиционеры призвали людей не верить сплетням, а представителей СМИ-помочь им бороться со сплетнями в обществе. Но официального опровержения (или подтверждения) не было. «Партнёры воздействуют друг на друга своими эмоциями; эмоции обладают информативностью и энергией; следовательно, участники широкомасштабной коммуникативной ситуации совместным влиянием создают единое информационно-энергетическое поле» (2, с.92). Как известно, в малых населенных пунктах (кишлак, посёлок, городок районного масштаба) все друг друга знают и наверняка верят друг другу. Эта передача не может убедить людей в неверности слухов, поскольку на следующий год такие же слухи вновь появились в Согдийской области. А к весне 2013 года в СМИ не раз публиковались новости про похищение детей. К примеру, на сайте ИА «**Азия плюс**» под заголовком «**В поисках детей**» (11) 1 апреля 2013 г. была опубликована статья, в которой говорится: «*Пропажа двух малолетних девочек в Душанбе вызвала большой резонанс в обществе. Между тем, согласно данным МВД, число потерянных людей, в основном подростков и детей, в стране высок. И этот список растёт с каждым днём... Двоюродные сёстры – шестилетняя Малика и четырёхлетняя Сабина Араловы - пропали вечером 25 марта. В 16 часов они вышли играть во двор. Их дом находится в самом оживленном районе - позади ТЦ «Садбарг» (дом №32/1 по ул. Айни)*».

Как и в ток-шоу «**Марзи конун**» («Грань закона»), ни конкретных фактов про похищение, ни официального опровержения этой сплетни не последовало. Создаётся впечатление, что выпуск был заказан специально. И призыв милиционера о помощи доказывает нашу мысль. В обоих случаях зрителю предлагалось «проглотить» желаемый вариант мнения об общественном явлении, что может стать раздражителем, вызывающим у него негативные эмоции. Предлагая тот или иной материал, журналист исходит из собственных ценностей и убеждений, в любом случае каждая информация, статья или передача воздействует на аудиторию, и от её темы зависит вызываемый ею резонанс - позитивный или негативный.

1. Значение эмоций в жизни человека нельзя недооценивать, поскольку они присутствуют в жизни в любых ситуациях, проявляясь в разных формах. В журналистике, точнее в журналистском общении, эмоция является важным элементом, поскольку от характера эмоций другой стороны зависит ход беседы и конечный результат работы журналиста.

2. Несмотря на важное значение проблемы эмоций, до сих пор невозможно встретить пособия по эмоциональным отношениям в журналистике.

3. Современный ритм жизни людей, быстрый темп работы, высокие требования к профессиональной деятельности и образ жизни в целом могут породить разные негативные эмоции, которые являются раздражителями и причиной появления стресса у людей. Стрессовое состояние, в свою очередь, влияет на работу журналиста, как и на представителей любой другой профессии, на его отношения с окружающими, на подачу материала, на его общее поведение. Следовательно, надо уметь сдерживать эмоции и переключать внимание на положительные события.

4. Эмоции журналиста могут передаваться аудитории посредством его материалов. Это важная составляющая журналистского материала. Исходя из характера статьи или передачи, настрой аудитории может быть разным. То есть материалы СМИ могут влиять на аудиторию как положительно, так и отрицательно.

5. Предлагая материал, журналист должен чётко определить контингент своей аудитории, излагать имеющиеся факты исходя из характера и требований своей аудитории.

6. На уровень эмоциональности передачи или статьи влияют не только приведённые в них факты, но и выбор темы, также обеспечивающий определённый психологический настрой. Позитивный настрой журналиста не всегда означает позитивное влияние на аудиторию; если в материале отсутствуют логика, смысл и значение, то она вызывает у аудитории негативный настрой к передаче или статье.

#### **Список использованной литературы:**

1. Бодров, В. А. Информационный стресс: Учебное пособие для вузов / В.А. Бодров. - Москва: ПЕРСЭ, 2000. - 352 с.
2. Бойко, В. В. Энергия эмоций в общении: взгляд на себя и на других / В.В. Бойко. - М.: Филинь, 1996. - 472 с.
3. Выготский, Л.С. Учение об эмоциях. Историко-психологическое исследование. - М, 1998. - 160с.
4. Гозман, Л.Я. Психология эмоциональных отношений / Л.Я. Гозман. - М.: Издательство Московского университета, 1987. - 120 с.
5. Новейший англо - русский, русско - английский словарь. / Составитель: С.М. Крысенко - М.: «Арий», ИКТЦ «Лада», 2008. - 960 с.
6. Психология эмоций. Тексты. / Под ред. В.К. Вилюнаса, Ю.Б. Гиппенрейтер. - М.: Изд-во Московского университета, 1984. - 288 с.
7. Шадриков, В.Д. Введение в психологию: эмоции и чувства. В.Д. Шадриков. - М.: Логос, 2002. - 156 с.
8. Марзи конун. (Грань закона) -ТРК «Азия».- 2011. - 23 июля.
9. Офтоби мехрубони (Солнце доброты)-ТРК СМ-1. - 2011. - 28 ноября. 20<sup>00</sup>.
10. Вахи! Ман сохиби ту (Вахи я твой владелец)// Фараж. - 2009. - 7 мая. - № 18(125). - С. 5.
11. В Курган-Тюбе пройдет дебатный турнир «Кубок свободного рынка - Хатлон-2013» / <http://www.news.tj> - 2013.-17 апреля.

#### **Reference Literature:**

1. Bodrov V.A. Informational stress : Educational text-book for higher schools - Moscow: PSRSE, 2000. -352 pp.

2. *Boyko V.V. Energy of Emotions in Communication: View of oneself and of others.* – Moscow: Filin, 1996. -472 pp.
3. *Vygotsky L.S Tenet of Emotions. Historico-psychological research.* - Moscow, 1998. -160pp.
4. *Gozman L.Ya Psycholgy of Emotional Relations.* - Moscow: Moscow University publishing - house, 1987. -120pp.
5. *The Newest English-Russian, Russian-English dictionary. Compiler: Krysenko S. M.* – Moscow: Ariy, Lada LKTS, 2008. -960pp.
6. *Psychology of Emotions. Texts Under the Editorship of Vilyunas V.K. Ghippenreiler Yu R – M. Moscow University publishing-house 1984.* -288pp.
7. *Shadrikov V.D Introduction into psychology: Feelings and Emotions.* -Moscow: Logos, 2002. -156pp.
8. *Marzi Konun - TRK “Asia”-2011 July 23.*
9. *Kindness of Sun – TRK SM-1-2011, -November, 2000.*
10. *Vaknsh. I am your Owner // Forazh -2009, May 7 -No 18 (125) -p.5*
11. *Debate Tournament “Tree Market Cup-Khatlon-2013 /http://www.news.tj// -2013, April 17/” Will Take Place in Kurgan-Tyube.*

#### ***Роль эмоций в общении и в освещении реальности***

**Ключевые слова:** эмоция, общение, аудитория, журналист, психология, стресс, СМИ

*В статье рассматривается эмоциональное влияние журналистских материалов на сознание массовой аудитории, а также эмоционального состояния самого журналиста на качество его работы. Автор подчёркивает, что сдерживание собственных эмоций в работе так же важно, как владение пером, умение задавать вопросы, правильная подача материала и объективное освещение событий. Положения автора иллюстрируются интересными доводами и фактами из средств массовой информации.*

#### ***The Role of Emotions in Communication and Elucidation of Reality***

**Key words:** *emotion, communication, audience, journalist, psychology, stress, mass-media.*

*The article dwells on the emotional influence of journalistic materials over mass audience consciousness; emotional state of journalist himself upon the quality of his work being considered too. The author stresses that restrained emotion are no less important than wielding a pen.. ability of putting questions, proper delivery of material, objective elucidation of events. The author`s provisions are illustroted with argumnts and facts from mass media.*

#### ***Сведения об авторе:***

*Касымова Инобат Тухтабоевна, соискатель кафедры журналистики и теории перевода Худжандского государственного университета им. акад. Б.Г. Гафурова (Республика Таджикистан, г. Худжанд) e-mail: qosimova@gmail.com*

#### ***Information about the author***

*Kasimova Inobat, Candidate degree claimant of the department and traslation theory of the Tajik philology faculty under KSU named after academician B. Gafurov (Tajikistan, Khujand), e-mail: qosimova@gmail.com*