

**ТЕЛЕВИЗИОННА ЖУРНАЛИСТИКА И НАРОДОПСИХОЛОГИЯ****д-р Росен Петров***Бургаски свободен университет***THE TV JOURNALISM AND PEOPLE'S PSYCHOLOGY****Rossen Petrov, Ph.D.***Burgas Free University*

**РЕЗЮМЕ:** Статията изследва тезата как народопсихологията влияе върху създаването на телевизионната новина, нейното смислово и структурно съдържание, без да се нарушават автентичността, фактологията и документалността ѝ. Анализът се базира на народопсихологичните фактори, които формират определени модели в поведението на човешките индивиди, свързани с тяхното възпитание, интелект, образование и култура. Как тази съвкупност от качества влияе върху възприятията на различните хора, породени от образите върху телевизионния екран и тяхното психологическо въздействие.

По какъв начин народопсихологията определя различните правила в сферата на информацията, нейното създаване и начин на разпространение. В статията се опитваме да докажем защо журналистите, работещи в телевизиите, трябва да се съобразяват с народопсихологията на етноса, когато превръщат събитията в новина. Разгледани са методите при създаването и разпространението на телевизионната информация на няколко международни телевизионни медии, като CNN, BBC, AL – JAZEERA и др.

**Ключови думи:** *народопсихология, народен дух, социален бит и култура, национален характер, митология, социална общност, етнос*

**ABSTRACT:** This article examines the way people's psychology influences the creation of TV news and its contents in terms of meaning and structure without disrupting its state of being authentic, factual and documentary. The analysis is based on people's psychology factors which create particular models of human behavior related to the individual's upbringing, intelligence, education and culture. How does this combination of characteristics influence different people's perceptions evoked by the images on the TV screen and their psychological impact?

How does people's psychology determine the variety of rules in the sphere of information, including the ways it created and distributed? In the article, we are attempting to prove why journalists who work for TV companies should take into consideration the people's psychology of the particular ethnic group in the process of transforming the events into news. We have examined the methods of creating and distributing TV information implemented by several TV media, such as CNN, BBC, AL-JAZEERA, etc.

**Key words:** *people's psychology, people's spirit, customs and culture, national characteristics, mythology, social community, ethnic group.*

20-ти век постави основите на масовите комуникации и информацията, които за добро или лошо глобализираха Земята и размиха границите на континенти и държави. Бурният темп в развитието на техниката, електрониката и косми-



ческите технологии в областта на комуникационните системи направи електронните медии най-бързите информационни институции, които съкратиха време-пространствените величини и ги сведоха до нула.

Телевизията и Интернет нахлуха в 21-ви век и го направиха века на комуникациите. Компютърът превзе индивидуалното пространство на всеки един от нас и започна да господства върху нашето съзнание. Информация от всякакъв вид ни залива от страниците на печатните медии, от високоговорителите на радиоприемниците, от екраните на телевизорите и мониторите на компютрите. Образът, като най-богат носител на информация, създава свой свят и хегемония върху цялото общество, което доброволно се подчинява на волята му. Визуалните послания, показващи поредица от събития, поражда възприятия и психологически въздействия върху реципиентите, които се асоциират и идентифицират с персонажите от екрана. Публичната информация става материализиран ресурс за съвременното общество. Визуализираното медийно пространство обсебва съзнанието както на отделния индивид, така и на цялата група, като ѝ предава определена посока за размисъл и разсъждения.

Журналистите и техните професионални стандарти се определят от политиката на дадената медия. В нея тя включва посоката и вида на информацията, която ангажира вниманието на отделния индивид по различен начин. Това води до извода, че колкото и различни медии да имаме в общественото пространство, толкова и различни публики ще има за тях. Тоест таргет групите се определят от конкретните журналистически послания, свързани като форма и съдържание с интересите на тези групи.

Създаването и разпространението на информацията се извършва от различни институти и масмедии, превърнали се в информационни общества. В тях работят екипи от различен характер, които изготвят новините, подчинени на събития и факти с различно съдържание. Тяхната структура може да има определена целенасоченост, довеждаща до манипулация на общественото мнение, като му се дава субективна насоченост за постигането на определени цели и интереси. Всяка медия създава класифицирана информация, предназначена за възбуждането на обществения интерес. Този обществен интерес е многостранен и зависи от възрастовите групи, от техния социален, етнически, политически, икономически, религиозен и културен статус. Битието на всеки индивидуален човек се свързва с този статус, който определя и неговото самосъзнание. В различните страни в сферата на информацията съществуват различни правила за нейното създаване и начин на разпространение. Но всички тези правила принципно се подчиняват на народопсихологията, обединяваща интереса на различните обществени групи. Информацията, независимо от какъв вид е тя, трябва да бъде възприета и осмислена. Това се определя от нейното съдържание и структурен модел. Ако анализираме как отделните информационни структури, като форма и съдържание, въздействат върху отделния индивид, ще видим, че те оказват различен психологически ефект върху него. Това се дължи на неговото възпитание, интелект, образование и култура, което води и до индивидуалните въз-



приятия на чутото, видяното и усетеното. Тези качествени показатели се явяват като определящ фактор за всяка човешка личност, която реагира или не на това, което се случва в информационната среда. Съвкупността от отделните човешки личности създава обществото и неговите нагласи, свързани с бита, културата на поведение и начина на мислене. Това общество или ще се вълнува и впечатлява от прочетеното, чутото и видяното, или ще остане безразлично в своята форма на поведение. Тоест една и съща новина, показана по един и същи начин на два различни народа, от два различни континента, ще предизвика различен интерес в съзнанието на реципиентите.

Всички медии са информационни посредници. Те работят с факти и документи, създаващи достоверността на събитието. Но същото това събитие може да бъде възприемано, преосмислено и въздействащо, както и да премине в информационния поток, без да му се обърне подобаващо внимание, колкото и важно съдържание да е имало то. Защо една и съща новина поражда различна сила на въздействие, различно емоционално ударение сред различните народи? Кое ги приближава или отдалечава в техните възприятия, разсъждения и чувства? Тези различия както в индивидуален, така и в обществен план можем да търсим в народопсихологията и нейния национален характер.

Какво е народопсихологията? С какво е обвързана тя? Как е възникнала в общочовешкото развитие и е станала определяща като характер на отделните народи? На тези въпроси много мислители, философи и учени са търсили правилния отговор, откакто човешките индивиди са се превърнали в общество.

Накратко за възникването на народопсихологията ще се спрем на публикацията на проф. д-р Аврейски, който изследва в исторически план зараждането и развитието на тази наука в общонационален, международен аспект. Започвайки от корените на народопсихологическото знание, проф. Аврейски цитира Херодот от древна Елада, който провежда системни наблюдения върху психологичните особености на отделните племена и народи. В своя труд „История“ Херодот описва „нравите, обичаите и обредите на народите“. В по-късен период тази тенденция се наблюдава и в творчеството на Тукидат, Ксенофонт Полибий, Цезар, Плиний Стари и др. Хипократ също заема своето достойно място като продължител на Херодотовите трудове. В произведението си „За въздуха, водите и местностите“ Хипократ прави първата си теоретична постановка, която включва факторите, свързани с психологичните особености на народите. По същия път на изследвания и анализи върви и елинският философ Аристотел. В проучванията и разсъжденията си той включва разнообразните особености на отделните народи, населяващи Европа, Азия и за „рода на гърците“. Аристотел за първи път въвежда термина „Характер, съотнесен към народите“.

Политическите, икономическите, социалните и демографските процеси, които протичат в световен мащаб, разместват географските, геополитическите и националните пластове, формиращи територии и население. Създават се общества, обединени от обща духовна (религиозна) основа. Църквата налага свой собствен монопол върху духовното възпитание на обществото, като на преден



план се налагат мистицизмът и канонът, които стопират, и то за дълъг период, формирането на научното познание – периодът на „тъмното“ Средновековие. В края на 13 век настъпва епохата на Ренесанса, свързан с хуманизма, който става нов антропоцентристки възглед, поставящ в центъра на светоусещането Човека, вместо Бога. Този процес продължава до средата на седемнадесетото столетие, където връзката между теология и наука се скъсва окончателно. Настъпват бурни промени в цяла Европа, водени от зародилия се Рационализъм и Просвещението. Те дават силен тласък на науката, която става фундамент за бъдещи открития, анализи, творчески решения, водещи към познанията за света, в който живеем. Отново се възобновява интересът към особеностите на отделните народи. Плеяда от учени, философи и изследователи като Джон Лок, Джамбатиста Вико, Шарл Монтескьо и др. навлизат в сферата на народопсихологията, като всеки един от тях намира свой индивидуален път на проучване, изследване и анализ на различните общества. Докато английският философ Джон Лок започва да трупа етнографски наблюдения върху различните племена и народи, то италианският професор Джамбатиста Вико със своя труд „Основание за нова наука за общата природа на нациите“ изследва историята на всички нации от тяхното възникване, движение напред, състояние на упадък и край. За този негов труд някои изследователи виждат във Вико родоначалника на народопсихологията. В научната си работа той поставя своя акцент върху света на нациите, тяхната специфика, общата им природа, независимо от расата, географските условия, езика, политическия строй и мисленето.

Бележитият френски философ граф Шарл Монтескьо посвещава популярното си съчинение „За духа на законите“ на „общия дух, нравите и обичаите на народа“. Авторът стига до забележително за своето време проникновение: „Много неща управляват хората: климатът, религията, законите, принципите на управление, примерите на миналото, нравите, обичаите; от всичко това като резултат се образува общият дух на народа“. На тази база, изградена от Монтескьо за „народния дух“, стъпват и разработват своите трудове в областта на „Народопсихологията“ такива забележителни немски философи като Йохан Хердер, Йохан Фихте и Георг Хегел.

Като научен термин народопсихологията е въведена от немския филолог, езиковед и философ Вилхелм фон Хумболт през 19 век. Това е времето, в което започва да се формира национализъмът като идеология на националната държава. Набира скорост и мощното духовно движение на националния Романтизъм. Хумболт възприема нацията като духовна творческа индивидуалност и обосновава връзката на езика с „вътрешното настроение на душата“ на народа, като илюстрира това с анализ на „древногръцкия дух“, „духът на индусите“ и „немския дух“. Именно тук той въвежда термина народопсихология, с който обозначава една нова научна област, призвана да изучава „духа на народа“ и различните културни групи, отличаващи се със специфичен тип мислене. Тази научна разработка на Хумболт е публикувана макар и посмъртно в произведението му



„За различния строеж на човешките езици и неговото влияние върху духовното развитие на човешкия род“ (1836 г.).

Немският философ Херман Штейнтал прави първи опит за формулиране на народопсихологията като наука през 1855г. Тази нова област на научното знание получава световна известност благодарение на немското научно списание „Народопсихология и Езикознание“. Редактори са швейцарският философ проф. Морис Лацарус и проф. Херман Штейнтал. Това списание излиза в продължение на 30 години – от 1859 г. до 1890 г. В разнообразието от трудове, поместени в този период, се правят опити да се формулират законите за опознаване на психологическата същност на народния дух и неговите действия; законите норми, по които се осъществява народната дейност, както и причините за възникването, развитието и унищожаването на особеностите на даден народ. Така двамата автори посочват обосновано как да бъдат постигнати резултати чрез проучване на езика, религията, изкуството, литературата, науката, нравите, битата, правната система и държавното устройство.

В този ред на мисли ще подчертаем и значението на немския философ и психолог проф. Вилхелм Вунд и неговата 10-томна „Народопсихология“. В нея Вунд разширява проблематиката на новата наука чрез изследвания и анализи, включващи религията, изкуството, правото и културата. Той стига до извода, че „Народът като особена социална общност представлява съвкупност от хора, които живеят на определена територия, подчиняват се на властта на една държава, имат общо културно-историческо наследство и говорят един език“. В покъсен период за развитие и утвърждаване на науката народопсихология се включват следните автори: руският професор Густав Шпет и германският психолог проф. Хуго Мюнстерберг – ученик на Вунд. Професор Густав Шпет не приема обяснителния характер на народопсихологията, а я разглежда като описателна социална наука, анализираща и интерпретираща типичните колективни преживявания.

Професор Хуго Мюнстерберг получава назначение в Харвардския университет и допринася най-много за поставянето на основите и развитието на народопсихологията като наука в САЩ.

Австрийският лекар проф. Зигмунд Фройд наред с откриването на психоанализата дава и своя голям принос в развитието на народопсихологията с оригиналната си трактовка на психиката на изкуствените тълпи. Фройд за първи път обяснява научно ролята на подсъзнателното като подводна част на айсберг, на която се крепят съзнанието и другите психични феномени. Участието в развитието на народопсихологията от страна на Фройд се заключава в откритата от него роля на подсъзнателното в индивида, обединено в колектива.

В този дух на изследвания и разсъждения ще се докоснем до плеяда учени и изследователи, работили и работещи в областта на народопсихологията. Техните научни разработки върху психологията на нациите не са самоцелни. Науката народопсихология притежава важна социална функция, като разкрива пороците и противоречивите страни на народната душевност, откроява причините и фак-



торите, които ги пораждат и поддържат. Народопсихологическите изследвания помагат да се осъзнаят сенчестите страни в националната психика и съдействат за тяхното постепенно преодоляване. Народопсихологията и нейните методи за изследване и анализ навлизат в психологическата структура на отделните народи, разглеждат обективните тенденции на духовния им живот, обединени от национални стереотипи в посока на външния свят (Аврейски, 2010).

Колкото и да е индивидуално битието за един човек, то е обвързано с колективната форма на общуване, взаимоотношенията и социалните контакти с останалите човешки същества, които изграждат обществото и неговото съзнание. Всяка обществена формация има свой генезис, който се определя от възникването на исторически предпоставки, миграция, географско разположение, физически, социален, икономически, политически и религиозен светоглед. Този светоглед определя начина на живот, подчинен на социалния бит и култура, митологията и обредите, взаимоотношенията и методите на общуване. Тези житейски компоненти създават народопсихологията на един народ, която го самоопределя и различава като дух и характер от останалите народи. Нациите, както и индивидите, които ги изграждат, притежават сбор от разнородни психически особености. Те изразяват една или друга черта, свързана със спецификата на отделните национални характери. Нюансите в тяхното проявление зависят от условията на живот, в които са поставени отделните индивиди, тяхната душевност, интелект и самоопределение. Тази съвкупност от проявления създава базисната „модалната личност“, която Карл Густав Юнг в своята теория нарича „архетип“ (и как този архетип намира своето място сред останалите членове на родовата общност). Ако колективът го приемем за субект, чрез своя национален характер той отстоява и собственото си отношение към света, в който живее и се развива (Юнг, 1993:65). „Национален характер“ можем да приемем като понятие, което разкрива доминантите, свързани със специфичните черти на дадена нация както в положителен, така и в отрицателен аспект. В тази посока ще цитираме доц. д-р Ивайло Христов от неговия автореферат, който казва: „Основанията за обособяването на изследването върху националния характер се търсят в две главни посоки: (1) наличието на общи черти на човешките колективи и различните условия на тяхната житейска и историческа реализация; и (2) тезата, че всяка нация и етническа група притежава специфични особености и качества, които обикновено се означават с понятието „психически облик на нацията“ или „национална психика“. Те включват и националните черти на темперамента, настроеността, привичките, психологическата страна на националните традиции и обичаи, етническите стереотипи“ (Христов, 2015).

В исторически аспект комуникационният процес се е създавал бавно и дълго, свързан с етапите от цялостното развитие на човешката цивилизация. Житейският опит, натрупан от сблъсъка с природните стихии, миграцията, войните, стремежа към завладяването на себеподобните и др., поражда все повече нуждата от комуникация. Тя създава взаимоотношенията, контактите, диалога. Все по-големи групи от хора се обединяват в големи географски райони. Появя-



ват се държавите и етносите, обединени в тях. Една държава е обособена върху определена територия, в чиито граници живее и се развива особена и социална общност, наречена народ. Този народ представлява съвкупност от различни хора, които имат общо културно-историческо наследство и говорят един език. В съзнанието на всеки индивид, като част от този народ, протича духовен процес, който има своя собствена индивидуалност и специфика, обвързана от характера и светогледа на същия този индивид. Общественото съзнание се формира на база, включваща всички индивидуални съзнания. Те се подчиняват индивидуално на своя бит и култура, формиращи определени специфични особености, свързани с народопсихологията. Тя става определяща за всяка нация.

Народ, родина, етнос, религия, език, духовност, обичаи, митология, историческа памет, родолюбие и патриотизъм, народен дух това са сегментите, които създават здравата структура на народопсихологията, определяща жизнените процеси на всяка нация. Ако народопсихологията я определим като наука, тя включва в себе си националната психика, душевния заряд на отделните индивиди, специфичността на националния характер и неговото динамично проявление. Теоретичната материя изследва конкретните реакции на отделните народи, поставени в конкретни исторически условия. Това базира генезиса на различните общества, които ги определя като индивидуални нации.

Независимо от различните понятия, изследвания и разсъждения, независимо че все още липсва академично определение за „народопсихология“, тя съществува и ще продължава да съществува. По този повод ще цитираме проф. Марко Семов, който синтезира понятието за народопсихология, като му дава следното определение: „народопсихологията е наука за традициите, за психичните особености, характерни черти и поведенчески реакции, както и за етнокултурните формации на един народ. Нейният предмет е изучаването както на общото, така и на специфичното в поведенческите реакции на отделните народи, начина, по който те реагират на една или друга историческа даденост, основните емоционални и други психични образувания, които приобщават отделните народи, но и които ги различават. Тя е натрупаното в историческия процес обществено мнение за нас си...“

Народопсихологията е и наука за биологичните, историческите, географските и културните фактори, влияли и влияещи по съответен начин в психиката и поведението на отделните народи. Тя е наука за националния характер и за националния живот” (Семов, 1995:28).

Нация, народ, раса – три различни думи с еднакво значение, които се интерпретират по различен начин. От думите на Марко Семов разбираме, че „различни историци и писатели често употребяват в смисъла на народ и понятието раса. Срещат се такива определения като „българска раса“, „гръцка раса“ и т.н. Съществува деление на човечеството на раси според цвета на кожата. Така расите биват черна, жълта, бяла, червена. Един чисто генетичен белег, който предполага известна характеристична особеност... Авторът цитира Петър Муфчиев, който по своему употребява понятието раса, като ѝ прави следната характерис-



тика: „различна при отделните случаи, а при това доста сложна съвкупност от особено духовни и физически качества, чиято същина или интензивност зависи или се определя от произхода на кръвта.” Според това гледище „расата у един народ обуславя неговата способност за възприятие, за един или друг вид творческо развитие, тя определя величината на неговите духовни заложи, богатството на потенциалните му сили, неговата склонност към една или друга самопроява, начина, по който реагира към външния свят, силата на чувствата му към самопознание, податливостта му на дисциплина и организация, духовната му и физическа издръжливост, усета му за мярка и реалност и т.н.” (Семов, 1995:72).

Анализирайки съдържанието на изложеното дотук, ще видим, че то обединява във формулировката си какво е национален характер на един народ, обвързан от отделните качествени показатели, водещи до количествени промени в генезиса на цялото общество. Тази качествена и количествена хомогенност определя съзнанието на отделните индивиди и ги консолидира в общ национален дух. Този дух не витае някъде в пространството, а той живее в отделния човек. Той не се създава от нещо конкретно, а от общността като цяло. Неговите емпирични осезаеми очертания се формират от съвместната духовна дейност на много индивиди. Духовният облик на обществото се ражда от колективното творчество на хиляди хора. Реалността на „народния дух” е продукт на дейността на всички хора заедно, а не на отделния индивид.

Всяка обществена формация, обединена в рамките на своята държава, в зависимост от своето духовно развитие ще определя възприятията и отношението за света и отделните нации, които го създават, по различен начин. Съвкупността от законови форми и правила в исторически план повлиява върху съзнанието и възпитанието на различните индивиди. Независимо от класовите вътрешни разслоения на обществото се създават взаимоотношения между отделните групи, които го формират и се самоопределят от своята народопсихология. Под влияние на различните социални, политически и икономически условия, в които е поставен всеки народ в течение на времето, той започва да изгражда своя характер, начин на мислене, взаимоотношения и личен колективен мироглед. В подкрепа на тези разсъждения ще цитираме отново проф. Марко Семов: „Освен пред проблема за общото и различното между индивидуален, групов, класов и национален характер, много често сме изправени пред сложната вътрешна структура на националния характер. Особено интересно е например влиянието на отделните фактори за неговото формиране и тяхното вътрешно взаимодействие. Този многобой на индивидуалното с националното ни дава ключ за още по-добро разбиране на човешкото поведение, на поведението на отделни групи или на народа като цяло при различни обществено-исторически обстоятелства” (Семов, 1995:11).

Информацията като основен комуникационен фактор, нейният вид, структура и форма на поднасяне е също в тясна връзка с психологическите особености на даден народ. Той или ще я възприема пълноценно с интерес и внимание, или ще е безразличен и незаинтересован.



Бурното развитие на информационните процеси, които протичат в цялото човечество, го превръщат според думите на Маршъл Маклуън в „глобално село.“ Въпреки това влиянието на народопсихологията върху отделните нации при формирането на информационния поток продължава и днес, в началото на 21-ви век. Дори можем да подчертаем, че то се засилва под знака на самоопределението. Политическите, икономическите, религиозните и международните процеси на взаимоотношения, които протичат в света, вълнуват общества по различен начин. Това е в тясна зависимост от характера на народа и неговите емоционално-психологически качества. С тази специфична особеност трябва да се съобразяват всички екипи, работещи в сферата на информацията при изграждането и показването на готовите новинарски продукти в печата и ефира. Тоест журналистите, които сътворяват тези продукти, трябва да ги базират и пресъздават в такава драматургична форма, която тясно е свързана с народопсихологията на дадена обществена формация.

Всяко събитие поражда определени настроения и емоционални сътресения в живота на различните общности. Технологичните и художественотворческите методи, които се използват от журналистите, работещи във всички масмедии, моделират всяко събитие, което пряко или косвено се превръща в послание, което оказва въздействие върху различните реципиенти.

Защо обаче една и съща новина поражда различна сила на въздействие, различно емоционално настроение сред различните народи? Кое ги приближава или отдалечава в техните възприятия, разсъждения и чувства? Тези различия както в индивидуален, така и в обществен план можем да търсим в народопсихологията и нейния национален характер. Изучавайки традициите на един народ, ще установим, че те са в пряка зависимост от неговия национален характер и дух. Това ни дава отправната точка, водеща до дилемата, защо психичните особености на всеки човек, частица от този народ, се обединяват от неговата личност. Тя от своя страна формира съзнание, оказващо влияние върху собствените си социални изяви и критерии в пряка зависимост от живота на обществото. Тази съвкупност от дейности, стават определящи, първостепенни, като подчиняват ежедневието и културата на всеки член на дадено общество. Анализирайки отделните държави и хората, живеещи в тях, ще установим, че те се подчиняват на определени законови форми и норми, които определят начина им на живот. Погледнато от емпирична гледна точка, можем да стигнем до извода, че европейците се вълнуват от социално-политическите проблеми, американците от икономически и социални проблеми, животът на хората в арабския и мюсюлмански свят е подчинен на религиозните и социално-битовите взаимоотношения. Именно на тази база се формира всяко индивидуално поведение на всеки човек, попадащ в определена социална среда, характерна за бита и културата на даден народ.

Субективният фактор, който се явява определящ за индивидуалния художествен замисъл на авторите журналисти, създава значимостта и спецификата на творческия компонент в информацията. Той естетизира обекта на внимание,



каквото се явява всяко събитие от живота на хората и го превръща в конкретно материално информационно произведение. Отношението към творческия процес при пресъздаването на визуално-словесната информация ще бъде винаги интелектуален мост между телевизионната аудитория и журналистите. В хода на едно събитие персонажите, участващи в него, създават част от драматургията на новината. В общата сюжетна линия на информационния продукт се концентрират характери, съдби и емоции, които подчертават силните му психологически моменти, като го обогатяват и го правят интересен и актуален. Съвкупността на всички информационни елементи се материализира посредством образа и словото, които създават образно-документалната структура, предназначена за телевизионно излъчване, което става послание за максимален брой зрители с различни емоционално-естетически разбирания за живота. Тоест телевизията се превръща в средство за комуникация и социално общуване. Тя става глобално явление за милиони хора, които индиректно се включват като участници в различни събития от обществено-политически, икономически и религиозен характер. Телевизионните предавания трябва винаги да съдържат комплекс от естетически норми, които да са съобразени със социално-битовите и културните нагласи на всяка нация.

Фактът, че всички телевизионни информационни гиганти, като CNN, BBC, RTL, EURONEWS и др., работят с отделни редакции, където се изготвя съдържанието на новините за различните държави, по определен начин, като структура и смислово съдържание – не е случайно. То се базира на различни изисквания, обвързани с народопсихологията и нейната специфика, която определя възприятията на различните хора, представители на различните етноси и култура. За ефективното осъществяване на информационния процес, свързан със завладяването на все по-големи територии от информационното пространство, тези телевизионни гиганти го превръщат в бойно поле за максимално въздействие, влияние и обработка на общественото мнение.

CNN е една от новите телевизионни компании, появила се на американския континент и в световния ефир, като иновация в информационния бизнес. Тази новинарско-публицистична телевизия започва работа в 5.00 часа на 1 юни 1980 г., като за първи път в света тя предлага концепция за 24-часова програма за предаване на новини. Първият информационен бюлетин се представя от семейния екип Дейвид Уолкър и Лоис Харт. За кратък период от време CNN разширява своята мрежа и става N1 на кабелните и сателитните телевизионни мрежи в света. Силен исторически момент за телевизията се явява театърът на бойните действия от войната в залива, където CNN директно я излъчва в ефир. Показването на новината в действие от нейното възникване, развитие, кулминационна точка и финал са революционен похват в телевизионните предавания на живо. Екипите са напълно подвластни на събитието без предварителна намеса и обработка. Коментарът се гради върху реалността на живота такъв, какъвто е. Образът, словото, документалният звук се превръщат в хомогенна смес на информационния спектакъл, нережисиран, неподправен. Зрителите по този начин стават



свидетели и участници в това, което се показва в реално време и пространство. Силните емоционални ударения, породени от документалността на тяхното възникване, въздействат с голяма сила върху съзнанието на аудиторията. Преките впечатления предават свободата на мисли, чувства и коментари. Това е CNN – информация в действие. Нейният приоритет е концентрация върху истината, която се превръща в основен фактор на обективността, почиваща върху фактологията. Неслучайно този метод са нарекли „Ефектът на CNN”, т.е. как показаната, а не цитираната новина постига максимален информационен ефект върху съзнанието на обществото и как влияе това върху формирането на неговото мнение. Това мнение става база за вземане на политически решения от страна на правителствените органи. Поглеждайки нещата от стратегическа гледна точка, ще видим, че една иновация, каквато се явява CNN и нейните методи в новинарския бизнес, се използват за постигането на политически и икономически цели, защитаващи интересите на управляващите.

Ако анализираме дали този резултат не е тясно обвързан с народопсихологията на американската нация, отговорът ще търсим в онези причинно-следствени връзки, които се събуждат от духа и характера на всеки американец, от неговото възпитание, интелект, бит и култура, самочувствие и всичко това вкоренено в съзнанието на цял един народ.

Голямото предизвикателство към CNN се явява видът, структурата и съдържанието на новинарските емисии, предназначени за различните етноси. Неслучайно тук за първи път се използват водещи от различни националности. Независимо че телевизията не използва определението „чуждестранен”, за да не представлява определена нация при отразяването на събитията, тук една и съща новина се показва по различен начин, като модел, с цел да се доближи до разбиранята, психическите възприятия, емоционалния характер и мирогледа на отделните народи. По този начин контактът на телевизията (независимо от това какъв характер има новината) с отделния индивид се засилва, става по-ефективен и той започва да възприема тази телевизия като своя. Този модел на организация и начин на работа става модел и за другите световни телевизионни лидери, като техният стремеж е да завладяват колкото могат по-голяма част от пространството на информационния ефир.

Силата на телевизионната информация се състои в нейната скорост на въздействие. Образът и звукът превземат съзнанието, като го моделират и му предават определена емоционална посока. Новината дори да носи 100% информационна истина се превръща в манипулатор. Реципиентът се смее, плаче, вълнува се, негодува. За да се засили още повече това въздействие, трябва да се навлезе още по-дълбоко в душевния мир на гледащия и слушащия човек. Дали това, което гледа и слуша от екрана един представител от арабския етнос, ще му въздейства и ще го развълнува по същия начин, както европейеца или азиатцеца? Отговорът се крие отново в народопсихологията.

Създателите на катарската арабска телевизия Al-Jazeera, въпреки че са работили като журналисти в различни западноевропейски и американски телевизии



и са черпили от техния опит, разбират, че методите, научени в тези телевизии, не постигат същата ефективност на въздействие в арабския свят. Емирът на Катар, шейх Хамад, с определени съвременни и прогресивни възгледи, подпомага материално и морално създаването на телевизията, като дава свобода на журналистите, работещи в нея, да осъществяват идеите си. По този начин Al-Jazeera прави революция в масовата комуникация и информация в целия арабски и мюсюлмански свят. Това довежда до конфликт на интереси между старите закостенели методи, обвързани от единовластието и религиозните канони на информационните служби и техните редакции – представители на отделните емирства, и иновациите на младата катарска телевизия. В хода на своята работа тя създава все повече почитатели от арабското население и ги увеличава. Популярността ѝ нараства и на тази база неслучайно редица арабски политически лидери и дори световни терористи, като Осама бин Ладен, застават пред камерите на Al-Jazeera и търсят поле за международна изява, ползвайки ефира на телевизията. Постигайки своето собствено кредо за свободна медийна изява, Al-Jazeera става телевизия от международен мащаб, като застава редом с най-известните западни новинарски канали. Свободата на словото се поставя на нови настоящи и бъдещи основи, които променят новинарските програми, както и информационната култура на 300 милиона араби. Добрата професионална подготовка на екипите, съчетана с характерните особености на арабския дух и идентичност, националния и религиозния бит и култура, правят структурата на новината разбираема и разкрепостена. Вземайки най-положителните елементи от западния модел и форма на комуникация, излъчените програми от Al-Jazeera покриват почти изцяло интересите, възгледите, моралните и етичните норми на арабския зрител. В този ред на мисли ще цитираме Mohammed el-Nawawy и Adel Iskandar, арабски автори на книгата „AL-JAZEERA”, които споделят:

„Арабската комуникативна традиция предполага споровете и дискусиите да се водят страстно, разпалено. В Близкия Изток, където политическият дебат често е ограничаван до частната сфера на дома и местата за молитва, *Al-Jazeera* прокара скритите дискусии през сателита към целия свят, акт, в който мнозина виждат самоубийствена смелост и явно политическо предизвикателство. Да излъчваш интервю с иракски дисиденти, разобличаващи Саддам Хюсеин, или да поощряваш палестинци и кувейтци да дебатираат върху ефектите от войната в Залива, се разглежда като радикална постъпка. Al-Jazeera разшири арабската традиция да се дискутира по наболели политически теми и донесе вкуса на свободата на словото на арабския зрител. Преди нея арабите нямаха никаква представа за свободата на медиите и според Farouk Al-Kassem, журналист в Al-Jazeera, са били „*гладни и жадни да изразят себе си!*”” (Андреева, 2015:67-68).

Независимо че CNN наложи определени стандарти при отразяването на новините от местен и международен мащаб, повечето от националните телевизии продължават да се стремят за запазването на своята идентичност и национален дух. Формата, съдържанието и структурата, на която и да е новина, се определя от начина на мисленето и творческия мироглед от страна на нейния автор. При



масовата глобализация на световния ефир много трудно може да се запази анонимност и авторска привилегия за всяка добра идея, независимо от това в коя телевизия е възникнала и се осъществява тя. Всеки добър телевизионен продукт става модел за подражание. Колкото и закостенели да са разбиранията при създаването на различните телевизионни програми, те все по-често се разчупват и променят под влиянието на нововъведените световни стандарти в комуникацията и информацията. Всяка телевизия с определен потенциал може да обогатява идеята си, да разширява сферата на влияние и по този начин да постигне още по-голямо присъствие в международния ефир. Превръщайки обаче фаворитите в еталон за подражание, се наблюдава ефектът на шаблонизирането на информационното пространство. По този начин спецификата на творческия процес в отделните телевизии започва да загубва границите на националната си идентичност.

Забързаното и динамично ежедневие на хората оказва влияние и върху метода на създаването и показването на новините. Това влияние се отразява върху стилистиката, определяща визуалните аспекти на отделните събития. Голямата динамика на изобразителния материал, монтажните връзки, визуалните ефекти, многоекранните композиции, скоростта при произнасянето на словото, формиращо дикторския текст – всичко това се прави с цел за минимално време да се покажат максимално количество събития. Това от своя страна води до създаването на информационен хаос. Много често не остава време зрителят да преосмисли новината, а следващата нахлува в съзнанието му. В повечето случаи се търси сензацията и ефектът, който създава тя. Лошото е, че това е тенденция, наблюдавана в целия свят, и публиката започва да свиква с нея. За регулирането на този процес изучаването и прилагането на народопсихологията би оказало ползотворно влияние върху формата, структурния модел и съдържанието при изграждането на новинарските емисии. Съобразявайки се с националния дух, култура, интелект и емоционална нагласа, екипите, работещи в информационните редакции на телевизионните медии, които създават потока от новини, ще постигат все по-добър ефект върху по-голям брой разнородни публикации.

Предизвикателствата са навсякъде около нас, стига човек да иска да ги види, възприеме, осмисли и разбере. Съзнание, подсъзнание и реалност, три състояния, които определят мястото на индивида във всяка обществена формация. Той живее в нея и с нея, като се съобразява с всички законови норми и морални аспекти, създадени за хармоничното съжителство с останалите индивиди. Обществените условия стават обединяващ фактор за всяка нация, който включва всички елементи, моделиращи отделните части на народопсихологията, която определя характера и спецификата на тази нация. Журналистиката е наука и професия, която се подчинява на определени закони, но има свое национално кредо. То се родее с националните особености както на отделния човек, така и с колективното начало. На тази база можем да заключим, че колкото нации има на земята, толкова модели за информация могат да съществуват.



Ако дадем отново за пример големият медиен успех на телевизия Al-Jazeera сред арабския свят, ще видим, че той не е случаен, а е постигнат на база добър професионализъм, всеотдайност и дълбоки познания в телевизионната журналистика и нейната психология на въздействие. Затова новинарските екипи подчиняват своите послания на тази психология, определена от духа и характера на арабските народи. Al-Jazeera става трибуна за арабския глас, система за информация, която навлиза не само в политическия, икономическия и социалния живот на страните, а засяга теми, които са скъпи за отделния арабин, достигащи по най-успешния начин до неговото съзнание. Ще цитираме Десислава Андреева, която прави творчески анализ на книгата „Al-Jazeera”, в който синтезира характерните особености на телевизията и защо тя постига такъв голям медиен успех в арабския ефир: „Как Al-Jazeera задоволява арабската си публика и разнища темите, които са най-значими за нея? Как тя промени политическия пейзаж в Близкия Изток? Как охранява журналистическата обективност в регион, където обективното отразяване е почти невъзможно? (Андреева, 2015:19). Всички въпроси се събират в отговора на един риторичен: Защо арабите в Халифакс, Кайро, Сидни, Толедо и Аман плачат заедно при гледката на убито палестинско момче? – защото Al-Jazeera успешно идентифицира характеристиките на арабската аудитория и осветлява връзките, които приобщават арабите по света. Тя говори на и за тях”(Андреева, 2015:8).

И в заключение можем да добавим, че предизвикателствата, които се пораждат от ежедневието сблъсък в обществения свят, стоят пред телевизионната журналистика и стават нейна движеща сила и генератор за нови идеи. Те съчетават изминалия опит, натрупан в годините и иновационните търсения, създаващи съвкупността на разнообразието от факти и събития, формиращи богатството на информацията. Тя трябва да се поставя на нови основи, отговарящи на съвременните изисквания за комуникация, която гради здравата връзка между телевизионните журналисти и тяхната аудитория. Аудитория, чиито интереси са в пряка зависимост както от нейната аудио-визуална култура, формирана в годините, така и от обществената специфика, обвързана с народния бит, нравствения свят, индивидуалния и колективния характер в неговото историческо развитие. Или кратко казано с народопсихологията на един народ.

#### **Литература:**

1. Avreyski N. Dulgiyat put na emantshipatshiya na Narodopsihologiyata kato kompleksna nauka, Godishnik BSU, 2010
2. Yung, G. Izbrano, S., 1993
3. Hristov, I. Avtoreferat – Bulgarskiyat natshionalen kharakter: Evolyutshiya, krizi i transformatshiya (XIX – XX век) <http://konkursi.unwe.bg/documents/281avtoreferat.pdf> (07.06.2015).
4. Semov, M. Narodopsihologiya - том1, 1995, Slavena,
5. V.Andreeva, D. AL – Jazeera: Mediyata perla na arabskiya svyat [http://litenet.bg/publish11/d\\_andreeva/al-jazeera.htm](http://litenet.bg/publish11/d_andreeva/al-jazeera.htm) (05.06.2015)