

Дикторлардың имидждік факторы: аудиториямен байланыс орнату

ЖАРИЯЛАНДЫ 11.05.2025	ТІРЕК СӨЗДЕР anchor, audience, communication, image, technology, trust, voice, аудитория, голос, дауыс, диктор, доверие, имидж, коммуникация, сенім, технологии, технология	СІЛТЕМЕ https://bilimger.kz/179090/
--------------------------	--	--

Меделбай Қарақат Дарханқызы

«Тұран» университеті, Алматы қаласы, Журналистика мамандығының 1-курс студенті

Жетекші: Қаршығаева Айнұр Аралбекқызы

Аңдатпа: Бұл мақалада дикторлардың имидждік факторы және оның аудиториямен байланыс орнатудағы рөлі жан-жақты талданды. Диктордың кәсіби бейнесі аудиторияның ақпаратты қабылдауына, сенімінің қалыптасуына және медиа контентпен эмоционалды байланыс орнатуына тікелей ықпал ететінін дәлелденді. Зерттеу барысында диктор имиджінің теориялық негіздері, медиа психология мен коммуникация салаларындағы ғылыми көзқарастар арқылы сипатталып, оның вербалды және вербалды емес компоненттері – дауыс сипаттамасы, сөйлеу мәнері, сырт келбет, мимика мен ым-ишара – жеке-жеке қарастырылады.

Цифрлық дәуірдің талаптарына сәйкес, мақалада жаңа медиа кеңістігінде диктор рөлінің өзгеруі мен трансформациясы, сондай-ақ әлеуметтік желілер арқылы жеке бренд қалыптастырудың ерекшеліктері зерттелген. Сонымен қатар, жасанды интеллект, deepfake және дауыс синтезі сияқты заманауи технологиялардың диктор мамандығына тигізіп отырған ықпалы мен болашағына талдау жасалған. Аудитория мен диктор арасындағы шынайы сенім мен эмоционалды байланыстың қазіргі жағдайда адамдық фактор арқылы ғана қалыптасатынын атап көрсетілді.

Мақалада халықаралық және отандық ғылыми әдебиеттерге сүйене отырып, диктор имиджінің қалыптасуындағы психологиялық және әлеуметтік-мәдени аспектілерге ерекше көңіл бөлінген. Атап айтқанда, мәдени айырмашылықтардың дауысқа және сөйлеу стиліне әсері, әлеуметтік рөлдер мен аудиторияның дикторға деген бастапқы бейсаналы көзқарастары терең талданған.

Зерттеу барысында қазақстандық диктор Ерқанат Көпжасардың кәсіби имиджі мысал

ретінде алынған. Оның медиа кеңістіктегі танымалдығы, аудиториямен қарым-қатынас тәсілі және кәсіби бейнесінің қалыптасу жолдары арқылы мақаланың теориялық тұжырымдары нақты мысалмен бекітілді.

Бұл зерттеу медиа саласындағы кәсіби дикторлар үшін ғана емес, сондай-ақ журналистика, коммуникация, медиа педагогика және имиджелогия салаларында білім алушы мамандар мен зерттеушілер үшін пайдалы ғылыми-тәжірибелік материал бола алады. Мақалада ұсынылған пәнаралық тәсіл медиа бейненің стратегиялық құралы ретінде диктор имиджін жүйелі түрде талдауға мүмкіндік береді.

Түйін сөздер: имидж, диктор, аудитория, дауыс, коммуникация, сенім, технология.

ИМИДЖЕВЫЙ ФАКТОР ДИКТОРА: СВЯЗЬ С АУДИТОРИЕЙ

Аннотация: В данной статье всесторонне проанализирован имидж диктора и его роль в установлении эффективной коммуникации с аудиторией. Подчеркивается, что профессиональный образ диктора оказывает прямое влияние на восприятие информации, формирование доверия и эмоциональную вовлеченность зрителей. В исследовании раскрываются теоретические основы имиджа через научные подходы в области медиапсихологии и коммуникации. Особое внимание уделено вербальным и невербальным компонентам имиджа: характеристикам голоса, манере речи, внешности, мимике и жестам.

С учетом требований цифровой эпохи, в статье рассмотрены трансформации роли диктора в новой медийной среде, а также особенности формирования личного бренда через социальные сети. Анализируются потенциальные вызовы, связанные с развитием искусственного интеллекта, deepfake и технологий синтеза голоса, а также их влияние на профессию диктора. Подчеркивается, что в современных условиях именно человеческий фактор остается решающим в установлении доверия и эмоциональной связи с аудиторией.

Особое внимание уделено психосоциальным и культурным аспектам формирования имиджа диктора, на основе отечественных и зарубежных источников. Рассматриваются культурные различия в восприятии голоса и стиля речи, а также бессознательные установки аудитории в отношении диктора и его социальной роли.

В качестве примера проанализирован профессиональный имидж казахстанского диктора Ерқаната Көпжасара. Его популярность в медиапространстве, методы взаимодействия с аудиторией и путь формирования профессионального образа служат иллюстрацией теоретических положений статьи.

Исследование представляет собой научно-практический материал, полезный не только для профессиональных дикторов, но и для студентов и исследователей в области журналистики, коммуникаций, медиапедагогики и имиджелогии. Междисциплинарный

подход, предложенный в статье, позволяет системно осмыслить имидж диктора как стратегический инструмент в медиaprостранстве.

Ключевые слова: имидж, диктор, аудитория, голос, коммуникация, доверие, технологии.

THE IMAGE FACTOR OF A NEWS ANCHOR: CONNECTION WITH THE AUDIENCE

Abstract: This article provides a comprehensive analysis of the image of television and media anchors and their role in establishing effective communication with audiences. It demonstrates that a news anchor's professional image directly influences the audience's perception of information, their trust in the message, and their emotional connection to media content. The study outlines the theoretical foundations of image-building through the lens of media psychology and communication sciences, focusing on both verbal and non-verbal components — such as voice characteristics, speech patterns, appearance, facial expressions, and gestures.

In line with the demands of the digital age, the article explores the evolving role of anchors in new media environments and the dynamics of building a personal brand via social media platforms. It also investigates the impact and future implications of emerging technologies such as artificial intelligence, deepfake, and voice synthesis on the profession. The article highlights that, in today's context, genuine trust and emotional engagement with the audience can still only be achieved through the human factor.

The paper pays particular attention to the psychological and sociocultural aspects of image formation, drawing on both international and local academic literature. It examines how cultural differences shape the perception of voice and speech style, and how subconscious audience expectations influence the reception of a media figure.

As a case study, the article analyzes the professional image of Kazakhstani anchor Erkanat Kopyzhasar. His popularity in the media landscape, his approach to audience engagement, and his path to building a public persona are used to support the theoretical arguments presented in the study.

This research serves as a valuable academic and practical resource not only for professional anchors but also for students and scholars in journalism, communication, media education, and image studies. The interdisciplinary framework proposed in the article enables a systematic analysis of the anchor's image as a strategic tool in contemporary media.

Keywords: image, anchor, audience, voice, communication, trust, technology.

Кіріспе

Диктордың имиджі аудиторияның қабылдауы мен сеніміне тікелей әсер етіп, бұқаралық коммуникация процесінде шешуші рөл атқарады. Имидж факторы – диктор

туралы жалпы әсерді қалыптастыратын визуалды, аудиалды және мінез-құлық ерекшеліктерінің жиынтығы. Бұл сипаттамаларға сыртқы келбеті, сөйлеу мәнері, дауыс ырғағы және ым-ишара мен мимика сияқты вербалды емес элементтер жатады. Дұрыс қалыптасқан имидж ақпаратты тиімді жеткізуге көмектеседі және аудиториямен байланысты нығайтады.

Заманауи зерттеулер медиа кеңістігінде имидждің маңыздылығын атап көрсетеді. Имидж вербалды және көрнекі қасиеттердің жиынтығы ретінде өзінің бейнесін әлеуетті аудиторияға ұсынудың ең маңызды атрибутына айналды. Психология ғылымдарының докторы, профессор Ирина Кыштымованың айтуынша, имидж адамның ең жақсы қасиеттерін көрсетуге бағытталған және қоғамда жағымды қарым-қатынастар орнату арқылы өзіне тез назар аудартуға мүмкіндік береді [1]. Сонымен қатар, Отандық Diktor.kz платформасы диктордың дауыс екіпіні, тембрі және сөйлеу жылдамдығы сияқты психологиялық аспектілер белгілі бір эмоцияларды тудырып, аудиториямен эмоционалды байланыс орнатып, олардың ақпаратты қабылдауына әсер ететінін атап көрсетеді [2].

Цифрлық ғасырда қоғамдағы және БАҚ-тағы диктордың рөлі айтарлықтай өзгерістерге ұшырауда. Жасанды интеллект және сөйлеу синтезі сияқты заманауи технологиялардың пайда болуы жаңа мүмкіндіктер ашуда және дикторлар үшін қосымша міндеттер пайда болуда. Дегенмен, адамдық фактор, оның ішінде эмоция мен даралық, аудиториямен шынайы байланыс орнатудағы таптырмас ерекшелік болып қала береді.

Соңғы жылдары әлеуметтік медиа платформалары арқылы дикторлардың аудиториямен қарым-қатынасына ерекше көңіл бөлінуде, себебі әлеуметтік желілерде диктордың имиджі оның тұлға ретінде қабылдануына тікелей әсер етеді. Мұндай платформалардың көмегімен дикторлар ақпаратты таратып қана қоймай, жеке имиджін қалыптастырып, аудитория алдындағы беделі мен сенімін нығайта алады. БАҚ ортасы мен әлеуметтік динамиканың тұрақты өзгерістері жағдайында диктордың имидждік факторын зерттеу ерекше өзекті бола бастайды.

Медиа-кеңістіктің динамикалық түрде өзгеретін жағдайларын ескерсек, диктордың имидждік факторы мен оның аудиторияға әсерін зерттеу қазіргі ғылымда пәнаралық көзқарасты талап ететін және өзекті міндеті болып табылады.

Бұл мақаланың мақсаты – диктордың имидждік факторын және оның аудиторияны қабылдауына әсерін талдау. Дикторлардың визуалды, аудиалды және мінез-құлық ерекшеліктерінің рөлін, сондай-ақ олардың аудиториямен байланыс орнатуға және сенімін қалыптастыруға әсерін зерттеуге ерекше назар аударылды.

Негізгі бөлім

Медиа-кеңістіктегі имидж – бұл әртүрлі медиа форматтары арқылы қалыптасып, берілетін адамның, ұйымның немесе объектінің әлеуметтік-психологиялық тұрғыда құрылған бейнесі. Бұл процеске БАҚ өкілдерінің аудитория тарапынан қабылдануына әсер ететін белгілер, сипаттар мен қасиеттердің саналы және бейсаналы түрде қабылдануы жатады. Халықаралық еркін сөйлеу қауымдастығының мүшесі Елена Дьякова былай деп жазады: «Дикторлар имиджіне келсек, бұл процесс визуалды және аудиалды элементтерді біріктіріп, аудитория үшін диктор тұлғасының тұтас көрінісін жасайды» [3].

Дикторы имиджінің құрылымына сыртқы келбеті, сөйлеу мәнері, дауыс тембрі, эмоционалды бояуы сияқты бірнеше негізгі компоненттер, сонымен қатар ым-ишара және мимика сияқты вербалды емес элементтер кіреді. Визуалды және аудиалды компоненттер бір-бірімен тығыз байланысты, олар диктордың имиджін көп қырлы, ширақ және аудиторияға әсер ететін бағытта құруға көмектеседі. Диктор имиджінің визуалды бөлігіне киімі, стилі, сырт келбеті жатады, ол ортаға және аудиторияның талғамына сәйкес келуі керек екенін медиапсихология маманы А.А. Тарасова да атап өткен болатын [4]. Сонымен қатар, байланыс психологиясы саласындағы атақты зерттеушілердің бірі Т.В. Григорьева дауыс тембрі, ырғағы, сөйлеу жылдамдығы, тіпті сөйлеудегі үзілістер имидждің қалыптасуында маңызды рөл атқаратынын және жеткізілетін хабарға эмоционалды бояу беретінін жазады [5].

Диктордың имиджі – тек сыртқы сипаттамалардың жиынтығы ғана емес, аудиторияның ақпаратты қабылдауына әсер ететін стратегиялық коммуникативті құрал. Имиджі арқылы диктор фактілерді ғана емес, сонымен қатар тыңдаушылардың немесе көрермендердің берілетін ақпаратты қабылдауын айтарлықтай өзгерте алатын эмоционалды бояуды, көңіл-күйді де жеткізеді. М.А. Александрова өзінің «Имидж диктора как коммуникативный инструмент в современных медиа» атты мақаласында: «Диктор медиа кеңістік пен аудитория арасында делдал болады және оның имиджі аудиториямен өзара сенім және эмоционалды байланыс орнатуда шешуші рөл атқарады», – деп жазады [6].

Н.В. Федорова дикторлардың қабылдануының қоғамдық пікірге қалай әсер ететінін талдай отырып. Диктор имиджінің бірнеше функцияларды атап өтеді [7]. Біріншіден, ол берілетін материалдың шынайылығы мен сенімділігін нықтауға көмектеседі. Екіншіден, хабарламаның мазмұны ғана емес, оның қалай ұсынылатыны да маңызды болған қазіргі медиа жағдайында аудиторияның сенімін тудыруға қызмет етеді. Үшіншіден, диктордың имиджі арқылы талқыланатын тақырыптардың қабылдануына әсер етуге болады. Демек, диктор тек ақпарат тасымалдаушысы ғана емес, сонымен бірге қоғамдық пікірге әсер ете алатын коммуникацияның белсенді қатысушысы рөлін атқарады.

Әлеуметтік желілердегі диктор имиджін саралаған О.В. Васильева әлеуметтік медиа және теледидар сияқты заманауи технологиялар диктордың имиджін құру және

нығайту мүмкіндіктерін кеңейтетінін дәлелдейді [8]. Осы платформаларды пайдалана отырып, дикторлар аудиториямен тікелей қарым-қатынас жасай алады, сонымен қатар жеке имиджін қалыптастыра алады. Бұл, өз кезегінде, олардың кәсіби беделінің қабылдануына және көрермендер мен тыңдаушылардың сенім білдіруіне әсер етеді.

Психологиялық және әлеуметтік-мәдени аспектілер аудиторияның диктор мен оның имиджін қабылдауында маңызды рөл атқарады. Т.А. Иванованың айтуынша, дауыс, ырғақ және сөйлеу мәнері сияқты диктордың психологиялық тұрғыдан қабылданатын қасиеттері аудиторияда әртүрлі эмоциялар тудырады және берілген ақпаратты қабылдауды айтарлықтай өзгерте алады [9]. Мысалы, дауыстың тембрін жағымды немесе жағымсыз түрде беруге болады, бұл өз кезегінде диктордың айтқанын тыңдауға немесе берілген ақпаратқа сену дәрежесіне әсер етеді. Сонымен қатар, дауыс тыныштық, сенімділік, мазасыздық немесе толқу сияқты эмоцияларды тудыруы мүмкін, дауыстың бұл қасиеттері хабарды эмоционалды тұрғыдан қабылдауға тікелей әсер етеді.

Дикторды қабылдаудың әлеуметтік-мәдени аспектілері де маңызды. Оларға диктордың мәдени байланыстары, ұлты, әлеуметтік рөлі және оның имиджіне деген сенімі мен басқа да факторлар тұрғысынан қабылдануы кіреді. Әртүрлі мәдениеттерде дикторға сәйкес келетін беделді имидж немесе сөйлеу мәнері туралы идеялар әртүрлі болуы мүмкін екенін зерттеуші Л.С. Исаева да жазған болатын [10].

Сонымен қатар, аудиторияның диктордың дауысы арқылы эмоцияларды қабылдауына әлеуметтік-мәдени айырмашылықтары да әсер етуі мүмкін. Ю.Н. Сидорованың зерттеулеріне сүйенсек, кейбір мәдениеттерде сөйлеуде барысындағы ашық эмоционалды бояу шынайылық пен сенімділіктің көрінісі ретінде қабылданса, басқа мәдениеттерде бұл әдепсіздік немесе ұнамсыз бір қылық ретінде қабылдануы мүмкін [11]. Осылайша, аудиторияның мәдени ерекшеліктерін білу диктордың имиджін ойдағыдай қалыптастыру үшін маңызды болып табылады.

Диктордың сырт келбеті және ым-ишара, мимика, киім сияқты вербалды емес мінез-құлық сипаттамалары имиджін қалыптастыруда және аудиторияның дикторды қабылдауында маңызды рөл атқарады. Диктордың визуалды факторлары ақпараттың сенімділігі мен эмоционалды қабылдануына әсер етіп, аудиторияның көзқарасын қалыптастыруға негіз бола алады. Зерттеулер көрсеткендей, диктордың әлеуметтік талғамдар мен стандарттарға сәйкес келуі көрермендердің БАҚ-қа деген сенімін арттырады. Мысалы, қатаң іскерлік стильде киінген диктор кәсіби және беделді бір тұлға ретінде қабылданады.

Диктордың іс-қимылы мен мимикасы эмоционалды жағдайдың маңызды көрсеткіштері ретінде қызмет етеді және жіберілген хабарламаны күшейтуі немесе әлсіретуі мүмкін. Күрделі немесе сезімтал тақырыптарды жеткізу процесінде вербалды

емес факторлардың маңыздылығы жоғары. Вербалды емес байланыстың медиадағы орнын зерттеген Н.Ю. Рябова: «Мимика мен ым-ишара арқылы диктор қосымша эмоционалды контекст құрып, аудиториямен тығыз байланыс орната алады», – деп жазады. [12]. Мысалы, жағымды ақпаратты беру кезінде диктордың күлімсіреуі жақсы атмосфера құруы мүмкін, ал шиеленісті немесе агрессивті қимылдар сенімді төмендетіп, қауіп сезімін тудыруы мүмкін.

Диктордың дауыс ерекшелігі – оның имиджінің ажырамас бөлігі және аудиторияның қабылдауына әсер етудің маңызды құралдарының бірі. Тембр, ырғақ, сөйлеу жылдамдығы, сондай-ақ кідірістер хабарламаның эмоционалды бояуын беруде шешуші рөл атқарады және аудитория ақпаратты қалай қабылдайтынын анықтайды. Мысалы, әртүрлі дауыс тембрі әртүрлі эмоцияларды тудыруы мүмкін екеніне Н.А. Костюченконың жұмыстарынан көз жеткізе аламыз. Төмен және терең дауыс тембрі көбінесе билік және байсалдылықпен байланысты, ал жіңішке және жұмсақ дауыс жылы шырайлы деп қабылдануы мүмкін [13].

Диктордың дауыс екіні ақпаратты қабылдауға айтарлықтай әсер етеді. Негізгі ойларға назар аударту, шиеленіс тудыру немесе акцент жасау үшін екпінді қолдану аудиторияға ақпаратты оңай қабылдауға және оған эмоционалды түрде жауап беруге мүмкіндік береді. Т.А. Иванованың зерттеулері көрсеткендей, дұрыс қойылған дауыс екпіні хабарламаның эмоционалды бояуын едәуір күшейтіп, көрермендердің қызығушылығын тудыра алады [9]. Диктордың сөйлеу ырғағы да маңызды: егер диктор тым жылдам сөйлейтін болса, аудитория мұндай дауыстан шаршауы мүмкін немесе тым баяу ырғақ зеріктіруі мүмкін.

Диктордың сөйлеу стилі және оның тілді ортаға, аудиторияға бейімдей білу қабілеті имидждің ажырамас бөлігі болып табылатынын өзінің мақаласында Л.И. Руденко негіздеген [14]. Метафоралар, гиперболалар, кідірістер және сөйлеу үлгісі сияқты белгілі бір тілдік құралдарды қолдану ақпаратты қабылдауда динамика тудырады және аудиторияның назарын аударуға көмектеседі. Мысалы, қарапайым және түсінікті тілді қолдану ақпараттың қол жетімділігіне ықпал етеді және аудиторияның сенім деңгейін арттырады, ал күрделі терминдер мен академиялық стильді қолдану диктордың сарапшы ретінде қабылдануын тудырады, бірақ хабарламаның қол жетімділігін төмендетеді.

Сонымен қатар, диктордың сөйлеу стилі оның әртүрлі жағдайларға бейімделу қабілетіне байланысты болады. Жаңалықтар таратуда дикторлар ресми стильді қолдануға бейім, ал ойын-сауық бағдарламаларында немесе шоуларда бейресми және эмоционалды стиль болуы мүмкін. Қазақстандағы дикторлардың қабылдануын зерттеген А.А. Кисимова сөйлеу стратегияларының әртүрлілігі дикторға аудиторияның қызығушылығын сақтауға және оның талаптарын қанағаттандыруға мүмкіндік беретінін жазады [15].

Заманауи медиа цифрлық технологиялардың арқасында айтарлықтай өзгерістерге ұшырады және әлеуметтік желілер диктор имиджін қалыптастырудың негізгі құралдарының біріне айналды. Егер бұрын диктор имиджі негізінен теледидар мен радио арқылы қалыптасқан болса, бүгінде әлеуметтік платформалар медиа қызметкеріне жеке имидж құруға, аудиториямен тікелей қарым-қатынас жасауға және кәсіби мәртебесін нығайтуға мүмкіндік береді. Американдық ғалым және жазушы Джон Павликтің зерттеулері көрсеткендей, дикторлардың әлеуметтік желіде белсенді болуы олардың танымалдылығын арттырады және аудиториямен тығыз байланыс жасауына ықпал етеді [16].

Instagram, Twitter, TikTok және YouTube сияқты танымал платформалар дикторларға кәсіби контентпен бөлісіп қана қоймай, студиядан тыс ортада жеке басын көрсетуге мүмкіндік береді. Бұған бэкстейдж материалдары, дикторлық өнер туралы білім беру видеолары немесе тікелей эфирде жазылушылармен өзара әрекеттесу кіруі мүмкін. А.Б. Конысбекованың жазуы бойынша: «Әлеуметтік желілер тек алға жылжу құралы ғана емес, сонымен қатар аудиторияның дикторды қабылдауына әсер ететін имидждің маңызды элементіне айналуға» [17].

Дикторлар үшін цифрлық дәуірдегі ең үлкен қиындықтардың бірі – AI арқылы жасанды дикторлар мен дауыстар жасауға мүмкіндік беретін жасанды интеллект пен Deepfake технологияларының дамуы. Бұл дикторлардың дәстүрлі рөлінің өзгеруіне әкелді, себебі жасанды модельдер жаңалықтар, аудиокітаптар мен жарнамалардағы шынайы адамдарды алмастыра алады. Мұндай технологиялардың AI дикторлары теледидар мен интернеттегі жаңалықтарды оқитын бірқатар елдерде белсенді қолданылу мысалдарын Джонсон Тиес және басқалары жұмыстарында көрсеткен [18].

Дж. Дупонт мұндай технологиялардың артықшылықтары мен кемшіліктерін саралап көрсетеді. Бір жағынан, AI дикторларының бірқатар артықшылықтары бар: олар шаршамайды, сөйлеу мәнерін ортаға байланысты бірден бейімдей алады және тәуліктің кез келген уақытында жұмыс істей алады. Алайда, екінші жағынан, аудитория шынайы дикторларды, әсіресе харизма, эмоция және адами фактор бар жаңалықтар мен аналитикалық бағдарламаларды жақсы көреді [19]. Дегенмен, Deepfake технологиясының белсенді дамуы медиа мамандарға жеке имидждің бірегейлігін арттыру, жаңа шындыққа бейімделу және технологияны өз пайдасына пайдалану қажеттілігі сияқты жаңа міндеттерді қояды.

Цифрлық дәуір дикторлардың рөлін ғана емес, аудиторияның қалауын да өзгертуде. Қазіргі көрермендер медиа контенттің шынайы, икемді және интерактивті болуын қалайды. Егер бұрын аудитория дәстүрлі медиа арналарға бағдарланған болса, бүгінде диктордан тек ақпарат тасымалдаушысы ғана емес, сонымен қатар толыққанды контент жасаушы болуын талап ететін жеке медиа платформалар алға шығып отыр.

Зерттеулер көрсеткендей, жас аудитория (35 жасқа дейінгі) live-stream, подкасттар және қысқа видеолар форматында жасалған хабарларға көбірек сенеді. Сонымен қатар, ақпарат берудің дәстүрлі дикторлық тәсілі біртіндеп өзектілігін жоғалтуда. Бұл өзгерістер дикторлардың жаңа талаптарға бейімделу қажеттілігін талап етеді. Дикторлар өздерінің медиа брендтерін дамыту, әлеуметтік желілермен белсенді жұмыс істеу және медиа тұтыну трендтерін қадағалау тәрізді қабілеттерді игеруі қажет.

Қазіргі медиа ортада диктор ақпаратты таратушы рөлімен ғана шектелмей, толыққанды медиа бренд болып табылады. Диктордың жеке брендін қалыптастыру бірнеше негізгі аспектілерді қамтиды: кәсіби сөйлеу стилі, визуалды бейне, әлеуметтік желілерде белсенді болу және аудиториямен қарым-қатынас стратегиясын жасау. Табысты және танымал дикторлар веб-сайттарды, подкасттарды және видео арналарды қоса алғанда, брендін жарнамалау үшін digital құралдарды белсенді пайдаланады.

Брендингтің негізгі талаптарының бірі – барлық медиа платформалардағы имидждің жарасымдығы. Бұл диктор дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдарында да, әлеуметтік желілерде де бірыңғай байланыс стилін көрсетуі керек дегенді білдіреді. Мысалы, визуалды жарасымдық (бірыңғай түстер, киім стилі), ақпарат беру ерекшелігі және дауыс мәнері танылатын және дәйекті болуы керек.

Сонымен қатар, жақсы бренд қалыптастыру үшін жақсы контент стратегия жасай білу қажет. Авторлық материалдар жариялау, пікірталастарға қатысу, тікелей эфирлер өткізу кәсіби имиджді нығайтуға мүмкіндік береді. Әлеуметтік желілер арқылы аудиториямен белсенді қарым-қатынас жасайтын дикторлар үлкен сенімге ие болады және тұрақты көрермендер тобын қалыптастырады.

Табысты және дикторлардың кейстерін талдау олардың танымалдығы мен тұрақты имиджіне ықпал ететін негізгі факторларды анықтауға мүмкіндік береді. Күшті және танымал имидж жасай алған медиа қызметкерлерінің мысалдарын қарастырайық.

Кристина Фрага – өзінің кәсібилігімен, сөйлеу айқындылығымен және терең аналитикасымен танымал BBC News-тің жетекші дикторларының бірі. Оның имиджі сараптама мен қолжетімділіктің терең үйлесіміне негізделген. Бір жағынан ол журналистік стандарттарды қатаң сақтайды, ал екінші жағынан аудиториямен өзара әрекеттесу үшін цифрлық платформаларды белсенді қолданады.

Кристина Фраганың Twitter және YouTube арналары бар, онда ол тек жаңалықтармен ғана емес, диктор жұмысының сахна артындағы аспектілерімен де бөліседі. Бұл тәсіл көрермендерге журналиспен тығыз байланысты сезінуге, берілген ақпаратқа деген сенім деңгейін арттыруға мүмкіндік береді. Контенттің ашықтығы мен жекелендірілуіне баса назар аударатын дикторлар көбірек аудитория қатысуына ие болады.

Андерсон Купер – CNN-нің ең танымал дикторлары мен журналистерінің бірі, ол өзінің

имиджін дәстүрлі жүргізушіден мультимедиялық журналиске айналдыра алды. Ол тек жаңалықтар бағдарламаларын жүргізіп қана қоймай, сонымен қатар деректі фильмдер түсіруге, подкасттар шығаруға және Twitter және Instagram арқылы аудиториямен белсенді қарым-қатынас жасауға тырысады.

Купердің жетістігіндегі басты фактор – оның харизмасы мен эмоционалды ынтасы. Ол тек хабарларды жеткізумен шектелмейді, аудиторияға резонанс тудыратын оқиғаларды баяндайды. Бұл тәсіл оны көрермендерге жақындатады және оның материалдарына деген сенім деңгейін арттырады.

Сонымен қатар, Купер күрделі әлеуметтік тақырыптарды жиі қамтиды және әлемдік көшбасшылардан сұхбат алады, бұл оның диктор ретінде ғана емес, сонымен қатар талдаушы және сарапшы ретіндегі мәртебесін нығайтады. Мұндай имидж оған көптеген жылдар бойы жоғары рейтингтерді сақтауға мүмкіндік береді.

Ерқанат Көпжасар – Қазақстандық телевизияның ең танымал және құрметті дикторларының бірі. Оның кәсіби жолы Qazaqstan TV-мен байланысты, ол өзін мінсіз дикциясы, күшті дауысы бар және жаңалықтар ағынының құрылымын терең түсінетін жүргізуші ретінде танытты.

Ерқанат Көпжасар өзінің жоғары кәсібилігін көрсететін қатаң жаңалықтар стилімен ерекшеленеді. Оның сөйлеуі әрқашан дәл, тексерілген және эмоционалды бейтарап, бұл имидж жасаудағы маңызды бір бағыт. Ол өз эфирлерінде қазақ тіліне, ұлттық дәстүрлер мен мәдени құндылықтарына деген құрметін көрсетеді. Бұл Қазақстан көрермендерінің сенімін қалыптастыруда, әсіресе медиада мемлекеттік тілді нығайту контекстінде маңызды рөл атқарады.

Соңғы жылдары диктор аудиториямен байланыс орнату үшін әлеуметтік желілерді белсенді қолдана бастады. Ол жеке парақшасында анонстар жариялайды, журналистика туралы жеке ойларымен бөліседі және жазылушыларының сұрақтарына жауап береді. Бұл фактор аудиториямен жақынырақ байланыс орнатуға және көрермендердің белсенділік деңгейін арттыруға көмектеседі.

Көпжасардың бейнесін дәстүрлі дикторлық өнер мен заманауи трендтердің үйлесімді үлгісі ретінде қарастыруға болады. Оның танымалдығы аудиторияның кәсібилікті, адалдықты және ұлттық мәдениетті құрметтейтінін растайды. Оның үстіне, диктордың жұмысы мемлекеттік ақпараттық саясаттың маңызды бөлігі болып табылатын қазақ тілін бұқаралық ақпарат құралдарында кеңінен насихаттауға ықпал етеді.

Ерқанат Көпжасардың имиджі оның беделіне, кәсіби этикасына, бейімделу қабілетіне және ұлттық бірегейлікке деген адалдығына негізделген. Бұл оны жаңалықтар жүргізушісі ғана емес, сонымен қатар Қазақстандық медиа кеңістіктегі маңызды тұлға етеді.

Табысты дикторлардың кейстерін талдау мықты имидж құру тек кәсіби шеберлікті ғана емес, сонымен қатар медиа ортаға бейімделу икемділігін қажет ететіндігін көрсетеді. Табысты дикторлар – тек жаңалықтар жүргізушілері ғана емес, сонымен қатар цифрлық дәуірдің қиындықтарына бейімделе алатын және аудиториямен тиімді қарым-қатынас орната алатын толыққанды медиа брендтер.

Қорытынды

Диктор имиджі – бұл аудиторияның қабылдауын және берілген ақпаратқа деген сенімді қалыптастыратын күрделі құбылыс. Берілген зерттеуде визуалды және аудиалды сипаттамалардың, вербалды емес белгілердің, сөйлеу мәнерінің, сондай-ақ заманауи технологияларды қолданудың медиа кеңістіктегі диктордың имиджіне қалай әсер ететіні қарастырылды.

Талдау көрсеткендей, дәстүрлі журналистикада диктордың бейнесі кәсібилікке, айқын дикцияға және беделге негізделеді. Алайда, цифрлық платформалардың дамуымен дикторлар тек жаңалықтар жүргізушілеріне ғана емес, сонымен қатар әлеуметтік желілер арқылы аудиториямен белсенді қарым-қатынас жасайтын медиа тұлғаларға айналды. Бұл олардың имиджін қабылдауды да өзгертті, яғни аудитория ресмилік және дәлдікпен қатар ашықтықты, харизманы және жаңа коммуникациялық форматтарға бейімделу қабілетін бағалай бастады.

Жасанды интеллект және deepfake сияқты заманауи технологиялар дикторлық кәсіпке де әсер етуде. Бір жағынан, олар жасанды дикторларды құруда жаңа мүмкіндіктер ашады, ал екінші жағынан, журналистикадағы адами фактордың этикасы, сенімділігі мен маңыздылығы туралы сұрақтарды жауапсыз қалдырады.

Цифрлық дәуірде табысты диктор жай ғана ақпарат таратушы емес, аудиториямен сенімді байланыс орнатуға, өзгеріп жатқан технологияларға бейімделуге, дәстүрлі және заманауи байланыс әдістері арасындағы тепе-теңдікті сақтауға қабілетті медиа-қызметкер бола білуі қажет.

ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1 Кыштымова И.М. *Методологические основания психологического исследования имиджа* // Вестник Томского государственного университета. 2013. № 368. С. 188-192.

2 *Психология голоса: как дикторы могут управлять эмоциональной окраской своего голоса [Электронды ресурс]* (өтініш берілген күні 22.03.2025)

3 Дьякова Е.А. *Имидж как фактор медиапсихологии*. М.: Наука, 2015.

4 Тарасова А.А. *Визуальные аспекты имиджа диктора: теоретический подход*. // Журнал медиапсихологии, 2016. № 2. С. 35-42.

5 Григорьева Т.В. *Влияние голоса диктора на восприятие информации*. // Психология

коммуникации, 2014. № 4. С. 78-83.

6 Александрова М.А. Имидж диктора как коммуникативный инструмент в современных медиа. // Теория и практика массовой коммуникации, 2017.

7 Федорова Н.В. Медиапсихология: как восприятие дикторов влияет на общественное мнение. СПб.: Речь, 2018.

8 Васильева О.В. Цифровая медиа: имидж диктора в эпоху социальных сетей. // Журнал цифровых коммуникаций, 2020.

9 Иванова Т.А. Психология восприятия голоса: теоретические аспекты. М.: Гуманитарный университет, 2019.

10 Исаева Л.С. Социокультурные аспекты восприятия дикторов. // Культура и общество, 2015.

11 Сидорова Ю.Н. Роль культурных различий в восприятии медийных личностей. // Социология и культура, 2016.

12 Рябова Н.Ю. Невербальные коммуникации и их роль в медиаперцепции. // Вестник Московского университета. Серия: Журналистика, 2017. № 3. С. 23-29.

13 Костюченко Н.А. Тембр голоса как фактор восприятия диктора в СМИ. // Теория массовых коммуникаций, 2015. № 2. С. 45-50.

14 Руденко, Л.И. Речевой стиль дикторов как фактор восприятия аудиторией. // Журнал социологии и медиакоммуникаций, 2018. № 4. С. 72-78.

15 Кисимова, А.А. Проблемы восприятия телеведущих в казахстанских СМИ: социокультурные аспекты. // Вестник КазНУ. Серия журналистика, 2019. № 3. С. 54-60.

16 Pavlik, J. V. (2019). Journalism in the Age of Social Media. *Digital Journalism*, 7(4), 417-432.

17 Коньсбекова, А. Б. (2021). Влияние социальных сетей на медиаперсон: казахстанский контекст. *Вестник КазНУ. Серия журналистика*, (2), 56-63.

18 Thies, J., Zollhöfer, M., Stamminger, M., Theobalt, C., & Nießner, M. (2019). Deepfake: A Survey on Synthetic Media. *Computer Vision and Pattern Recognition*, 1(1), 1-17.

19 Dupont, J. (2020). AI and the Future of Broadcasting: The Rise of Synthetic Anchors. *Journal of Media Innovation*, 5(2), 89-103.