

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО КубГУ)

Кафедра издательского дела и медиатехнологий

КУРСОВАЯ РАБОТА

ИМИДЖ ТЕЛЕВИЗИОННОГО ВЕДУЩЕГО, КАК ВАЖНАЯ  
СОСТАВЛЯЮЩАЯ ПОПУЛЯРНОСТИ ТЕЛЕВИЗИОННОЙ  
ПРОГРАММЫ

Работу выполнила Я.А. Сельвинская 05.05.14 Я.А. Сельвинская  
(подпись, дата)

Факультет журналистики 2 курс ОФО

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Научный руководитель:

Преподаватель С.С. Шувалов 05.05.14 С.С. Шувалов  
(подпись, дата)

Нормоконтролер:

Преподаватель С.С. Шувалов 05.05.14 С.С. Шувалов  
(подпись, дата)

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
1 Имидж телевизионного ведущего.....	5
1.1 Понятие имидж. Имидж тележурналиста.....	5
1.2 Эталонный образ телеведущего.....	7
1.3 Имидж ведущего новостей.....	12
1.4 Жанр ток-шоу. Имидж ведущего ток-шоу.....	14
2 Воздействие имиджа телеведущего на популярность телевизионной программы.....	15
2.1 Исследование популярности ведущих новостей.....	15
2.2 Исследование популярности ведущих развлекательных программ.....	17
2.3 Имидж Андрея Малахова, как важная составляющая популярности Ток-шоу «Пусть говорят».....	19
2.4 Имидж Ивана Урганта, как важная составляющая популярности Ток-шоу «Вечерний Ургант».....	21
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	26
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	28
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	30
Приложение А.....	31
Приложение Б.....	32
Приложение В.....	33
Приложение Г.....	34

## ВВЕДЕНИЕ

Изобретенное в начале XX века телевидение стало не только одним из видов досуга, но и важнейшим средством распространения информации, трансформируясь постепенно у многих зрителей в близкого и привычного «электронного собеседника». На фоне этих изменений всё ярче проявляется важная особенность телевизионных передач – личностный, доверительно-интимный характер общения со зрителем. Эффекты воздействия на массы реализуются через визуальные образы телевидения.

Телеведущий – лицо программы. Эффективность телевизионного общения с массовой аудиторией определяется личностным имиджем телеведущих. Имидж личности ведущих влияет на формирование мнения о программе, ее репутации, популярности.

От правильного сконструированного имиджа телеведущего зависит популярность телепередачи и как следствие успешность самого телеканала, а, значит, и эффективность массовой коммуникационной деятельности телекомпании.

Этим и обуславливается *актуальность выбранной темы.*

*Целью работы* является изучение влияния имиджа телеведущего на эффективность массовой коммуникационной деятельности.

В соответствии с поставленной целью предстоит решить следующие *задачи:*

- рассмотреть понятие имидж и структуру имиджа телеведущего;
- провести исследование популярности ведущих и телевизионных передач;
- исходя из результатов исследования, рассмотреть влияние наиболее популярных телеведущих на рейтинг телепередач;
- оценить влияние имиджа телеведущего новостей на успешность телекомпании и эффективность массовой коммуникационной деятельности.

*Объектом исследования* является структура имиджа телеведущего.

*Предметом исследования* является взаимосвязь имиджа телеведущего и популярности телевизионной передачи. В частности – Иван Ургант и его ток-шоу «Вечерний Ургант», Андрей Малахов и его ток-шоу «Пусть говорят».

К списку *методов исследования* относятся анализ научной литературы, проведение социологического опроса, анализ теоретических исследований по данной теме.

*Степень разработанности темы.* В науке имиджологии и тележурналистике уделяется большое внимание. Это выражается в большом количестве книг, статей и прочих трудов об имидже телеведущего. Для написания работы я обращалась к трудам Бурдые П, Горчаковой В.Г. , Шепеля В. М. и т.д.

*Структура работы:* введение; теоритическая часть, состоящая из четырех пунктов; практическая часть, состоящая из четырех пунктов, содержащая в себе рассуждения, анкетирование, анализ полученной информации; заключение; библиография и приложения.

В теоритической части рассматривается понятия имидж, структура имиджа телеведущего, эталонный имидж телевизионного ведущего.

В практической части рассматривается влияния имиджа телеведущего на рейтинг и успешность телепередачи.

# 1 Имидж телевизионного ведущего

## 1.1 Понятие имидж. Имидж тележурналиста

Имидж в переводе с английского - «образ», «изображение» — искусственный образ, формируемый в общественном или индивидуальном сознании средствами массовой коммуникации и психологического воздействия. Имидж создается с целью формирования в массовом сознании определённого отношения к объекту. Он может сочетать в себе как реальные свойства объекта, так и несуществующие, приписываемые. В переводе с английского имидж – это образ, изображение.

Исконно русское слово, несущее ту же смысловую нагрузку, что и имидж, образ – существовало всегда. По В.И. Далю, «образ – это вид, внешность, фигура, портрет, писаное лицо... и он связан со временем». Но М.А. Шишкин отмечает, что «в отличие от «образа», возникающего произвольно, «имидж» является целесообразно и программно конструированной категорией».

Понятие «имидж» возникло на Западе в 50-х гг. и первоначально использовалось в рекламной практике. Далее, в 60-х гг. этот термин вновь возникает в сфере предпринимательства как основное средство психологического воздействия на потребителя. Позже понятие имиджа стало основным элементом теории и практики Public Relations, прочно вошло в политическую и общественную жизнь.

В России понятие «имидж» появилось сравнительно недавно, при этом происходило слепое копирование западных алгоритмов решения данного вопроса. Одним из первых, кто ввел понятие «имидж» в отечественную литературу был О. Феофанов. Другими авторами, чьи работы посвящались

этой же теме, имидж тоже рассматривался как средство манипулирования массовым сознанием.

Имидж – это непосредственно или преднамеренно создаваемое визуальное впечатление о личности или социальной структуре, именно впечатление, а не оценка. Если об имидже говорить как о конкретной психологической продукции, то он выступает как социальная установка, как ценностный стереотип, как модный символ. В шоу-бизнесе имидж часто выступает как образ, наделённый характеристиками, которые лежат за пределами душевной сущности личности. Не случайно имидж понимают как «легенду».

Эффективность телевизионного общения с массовой аудиторией определяется личностным имиджем телеведущих. По мнению Игоря Леонидовича Кириллова, одного из первых дикторов отечественного телевидения, ставшего впоследствии руководителем Школы дикторов, диктор – это не просто лицо, читающее текст у микрофона, а личность, которая стремится воздействовать на зрителя умным доверительным разговором. Человек, выступающий перед такой обширной аудиторией, облакался огромной ответственностью: на него смотрит и его слушает почти вся страна, его слова могут оказать мощное воздействие на сознание людей, на их взгляды, понимание ими тех или иных явлений жизни. Поэтому особое значение придавалось человеческим и профессиональным качествам диктора, его способности вызвать полное доверие и уважение у зрителей.

Успех у зрителей той или иной программы во многом определяется обаянием личности телеведущего. Он должен быть наделен даром коммуникабельности: создавать контакт со зрителями, вызывать у них ощущение того, что он видит аудиторию, умеет улавливать её настроение и ожидания.

Ещё одно важное качество телеведущего: он должен быть обязательно заинтересован в том, что делает, и делает он это не потому, что так надо, а

потому, что это ему нравится, он получает огромное удовольствие от своей работы.

В качестве доминирующих, как показывает практика СМИ и опросы журналистов, можно назвать три составляющих «работающего» имиджа:

- умение говорить «на языке» своей аудитории;
- знание того, что именно сегодня ее волнует;
- острота ума и чувство юмора.

Личность телеведущего как человека творческой профессии многогранна. Воплощение его индивидуальных особенностей находит свое выражение в экранном образе, главным свойством которого является не столько внешний облик телезвезды, сколько его коммуникативные характеристики (тембр голоса, дикция, манера говорить).

Для телезрителей голос и речь – такая же неотъемлемая часть личности телеведущего, как и его внешность, поскольку через них познается его эмоциональное, умственное и физическое состояние. Все названные характеристики образуют собственный имидж коммуникатора, т.е. «целенаправленно сформированный образ (какого-либо лица, фирмы), выделяющий определенные ценностные характеристики, призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие». Личностный имидж телеведущего во многом определяет эффективность коммуникации с аудиторией, ведь от того, насколько соответствуют друг другу речь, мимика, жесты, настроение, умение держаться в кадре, внешний вид коммуникатора, зависит её социальное самочувствие, успех программы, телеканала в целом.

## 1.2 Эталонный образ телеведущего

Благоприятные внешние данные являются тем природным достоянием, которым следует умело распорядиться. Как в личной жизни, так и в

профессиональной деятельности. Вне всякого сомнения, красивым людям легче создать эффект личного обаяния. На кино- или телеэкране наш взор выхватывает и запечатлеет в памяти образы внешне привлекательных людей. Не однажды проводя эксперименты, психологи убеждались, что из десяти случаев, по меньшей мере, в восьми наше первоначальное впечатление о других складывается по их внешности. [15]

Каковы же эталоны внешней привлекательности или, как говорят имиджмейкеры, смотрибельности телеведущего? Многие специалисты по этому вопросу выделяют следующие эталонные качества: здоровый вид, гармония черт лица, красивые волосы, стройная и пропорциональная фигура, белые и ровные зубы, приятно звучащий голос, выразительность жестов, живой ум, доверительность.

В самом деле, когда мы включаем телевизор и видим на экране телеведущего, то прежде всего нам бросаются в глаза такие конкретные атрибуты его внешнего вида, как лицо, причёска, одежда. Часто незаметно для себя мы вслушиваемся в голос ведущего и невольно соотносим тональность и тембр его голоса с состоянием лица, энергетикой движения тела и рук. Таким образом, при создании имиджа и в целях повышения эффекта своей смотрибельности на экране телеведущему следует иметь в виду эту логику зрительского восприятия телевидения, а потому придавать должное значение выше названным качествам.

Обратимся к перечисленным качествам телеведущего:

*Здоровый вид.* Это первое по значимости качество внешне привлекательного образа телеведущего. Его внешний вид должен излучать здоровье и оптимизм. Нездоровый, уставший человек не сможет выглядеть на экране эффектно: глаза, поза, мимика обязательно выдадут его подавленное внутреннее состояние.

*Гармония черт лица.* Это качество имеет особое значение для всех телеведущих, но особенно для работающих в информационных программах, выпусках новостей, где поза статична и неподвижна и основное внимание



телезрителей приковано к лицу. Этим телеведущих часто показывают крупным планом. Что касается ведущих авторских, шоу и других программ, то здесь обязательное условие – отсутствие явно выраженных недостатков на лице.

*Красивые волосы.* Это весьма желательная составляющая имиджа телеведущего. Но если природа не оказалась щедра, недостаток можно компенсировать хорошо уложенной прической, которая, соответствуя типу лица, «работает» на ведущего.

*Стройная и пропорциональная фигура.* Далеко не все наделены хорошей фигурой. Но это не должно быть предметом особых переживаний. Наличие стройной и пропорциональной фигуры желательное, но не категоричное требование к работе телеведущего. Поэтому честолюбивому телеведущему следует уделять больше времени поддержанию своей физической формы, заниматься шейпингом, верховой ездой, игрой в теннис, чтобы эффектно смотреться на экране.

*Белые, ровные зубы.* Это категорическое требование. Если у телеведущего больные дёсны, а зубы не здоровы, это обязательно будет видно на экране, особенно если передача идёт крупным планом. Белые ровные зубы дают возможность телеведущему красиво улыбаться.

*Приятно звучащий голос.* Голос – это главнейшее вербальное средство телеведущего. Он играет важную роль в создании имиджа. Голос телеведущего должен обладать приятным тембром, быть гибким, пластичным, нагруженным эмоциональной теплотой.

*Выразительность жестов.* Жесты так же, как и лицо, активно участвуют в создании имиджа. Они несут огромное количество информации. Жесты – это необходимый коммуникативный инструмент телеведущего, а потому владеть техникой жеста – обязательное требование к работе таких профессионалов.

*Живой ум.* Человек, обладающий живым умом, всегда интересен и собеседнику и зрителю. Богатое воображение, дар импровизации, умение

нестандартно мыслить, живо реагировать на события, происходящие вокруг, – великолепные качества, которые желательно иметь телеведущим.

*Доверительность.* Это качество бесценно для телевизионного общения. Ведущий призван демонстрировать своё искреннее отношение к тому, о чём он рассказывает с экрана. Важно, чтобы он был уважительным по отношению к своему собеседнику по телепередаче, тактично воспринимал его мнения и переживания.

Самая выразительная часть личного имиджа – лицо. Создать привлекательную мимику – одна из важных профессиональных проблем телеведущего.

Обозначим основные приёмы решения проблемы «строительства внешности» телеведущего.

*Гигиена кожи лица.* Лицо любого человека, требует постоянного и тщательного ухода. Телеведущему, как человеку публичной профессии, необходимо следить за кожей лица.

*Макияж.* Как женщины, так и мужчины на телевидении должны пользоваться косметикой, чтобы хорошо выглядеть. В студию необходимо приезжать заранее. Нельзя появляться перед камерой без профессионально сделанного макияжа. В этом процессе большая роль отводится тонированию лица.

Ведущие должны учитывать, что крупный план позволяет увидеть самые незначительные недостатки, подчас даже их усиливая. Так, неправильно поставленный свет буквально на моих глазах состарил обаятельную ведущую канала ТВЦ, высветив все недостатки макияжа неровности кожи. Плюс неудачно подобранная причёска. Всё это отрицательно сказалось на визуальном восприятии ведущей.

Макияж телеведущего зависит от жанра телепередачи. Если это не яркое шоу и не праздничный выпуск, требующие образного или вечернего макияжа, то общая гамма должна быть пастельной, спокойной. Цвета – матовые, естественные, и никогда не перламутровые и яркие. Макияж

призван подчеркнуть достоинства, приглушить недостатки. Сделать его необходимо профессионально, чтобы он соответствовал контрастному типу личности. Ничто в макияже не должно отвлекать внимания зрителей.

*Причёска.* Привлекательная причёска жизненно необходима для создания хорошего имиджа на экране. Ведущему важно уметь оценить, насколько форма, цвет и структура причёски «работают» на него перед глазом телекамеры. Волосы должны быть не только причёсаны «волосок к волоску», но выглядеть естественно и быть к лицу.

*Одежда.* При выборе одежды ведущему необходимо исходить из жанра передачи. Если это новости, то одежда должна быть строгой, в то время как ведущие развлекательных программ могут позволить себе стилевое и цветовое разнообразие. В одежде имеет значение шейный вырез. Если у ведущего шея короткая, то лучше не закрывать её высоким воротником. Идеально подойдёт V-образный вырез. Если шея длинная, то лучше использовать высокие воротники, надевать шарф под жакет, носить более длинные волосы. Важно, чтобы цвет одежды гармонировал с цветом кожи, тоном волос, он должен идти ведущему и не контрастировать с общим оформлением студии.

*Язык жестов.* По мнению В.М. Шепеля, имидж без выразительного языка взглядов и языка жестов маловыразителен. Жесты и мимика выдают весьма наглядную информацию о человеке, поскольку имеют рефлекторную природу. Поза, жест и мимика есть опредмеченное проявление чувств и мыслей людей. Телеведущий всегда должен помнить, что поза, жесты говорят часто гораздо больше, чем слова. Они должны соответствовать содержанию того, что происходит на экране. Жесты, мимика, поза могут эффективнейшим образом помочь создать атмосферу доброжелательности и искренности. Выразительный жест, лёгкий наклон головы и подача корпуса вперёд по направлению к собеседнику говорят о заинтересованности в происходящем.

### 1.3 Имидж ведущего новостей

Ведущий новостной программы - это её лицо, голос, стиль. Основные характеристики работы ведущего - это престижность и ответственность. Телеведущий делает то же, что и диктор: читает строчки, бегущие по телесуфлёру. Но его главная задача - передать зрителю чувство, вызвать эмоции.

Ведущий новостей должен внушать симпатию и свободно держаться в кадре. Его поведение должно быть демократичным, но не вульгарным. Задача ведущего - умело, с пониманием и тактично подать новости, подготовленные его коллегами. Очень важными являются чёткая дикция и выразительная интонация.

Профессиональный ведущий интеллигентен и эрудирован, умеет «сохранить лицо» в любых ситуациях, дает зрителям уверенность в том, что они получают самую достоверную, самую объективную информацию.

В отличие от радиовещания, не создающего зрелищной наглядности поведения диктора в студии, на телеэкране мы имеем дело с «раскрытым», видимым в реальном времени ведущим, оживляющих сообщение картиной практических действий. Информация словно приходит по мере того, как последний дает ей жизнь, делая это на наших глазах. В результате информационный выпуск становится зримой демонстрацией активной непосредственности поведения, в котором ежеминутно порождается та или иная новость. Манеры и облик телеведущего не служат гарантией объективности передаваемых сообщений, но зритель сознательно выбирает свой канал, своих ведущих.

При всем его инструктивном характере поведения в кадре имеет место элемент творчества, поскольку в новых условиях от самого ведущего зависит, что именно он «сделает» в кадре. Оценка ролевого поведения

зависит от наблюдательности телезрителей и от умения ведущего держаться, производить выгодное впечатление, скрывая видимые элементы игры.

Ведущий предстает на экране, словно окружённый собственным изобразительным «нимбом», имеющим характер личностного средства, что расширяет возможности создания особого впечатления от роли в глазах телеаудитории. Если первые ведущие (дикторы) создавали обаяние «второго плана», обращаясь к зрителям на «дистанции доверия», с «мягкостью и приглушенностью», в «открытом магнетизме живой речи», то в период политического телеофициоза они только «держались» на втором плане, следуя за сообщениями в укреплении и украшении социальных чувств и настроений. Сегодня необходимость активно-игрового характера экранных действий порождает выдвижение ведущего на передний, крупный план с опорой на приближенную мимику, всю зрелищную полноту суммарного облика.

Телеведущий воспринимается как «учитель» человечества. Задача ведущего донести материал и оформить его в соответствии с профессиональной техникой. С «сухого» достоверного сообщения, ему необходимо построить насыщенный текст (подводка к сюжету). Сегодня поощряется аргументированный, взвешенный, спокойный подход к событиям. Позиция ведущих новостей - в любом случае не должна быть морализаторских, содержать оценку фактов.

Иногда в информационном сообщении все-таки прослеживается оценка журналиста, его интерпретация и отношения. Она не обязательно выражена прямо, из-за необходимости объективной оценки. Но судить о ней можно, например какое место в блоке новостей занимает сообщение, сколько времени или места ему уделено, и соответственно какими средствами донесено до аудитории зрителей - мастерски подготовлено телеведущим новостей, насколько убедителен ведущий и подходит ли он под критерий доверия со стороны телезрителей. [6]

#### 1.4 Жанр ток-шоу. Имидж ведущего ток-шоу

Телевизионные программы в жанре ток-шоу появились на российском телеэкране в начале 1990-х годов прошлого века. Классический жанр «ток-шоу» (от англ. «talkshow» — «разговорное шоу») представляет собой треугольник: ведущий – приглашённые эксперты – зрители в студии, каждая из сторон которого ведет обсуждение заявленной ведущим темы. [8] На сегодняшний день ток-шоу стали важной частью телевизионного вещания федеральных телеканалов и завоевали огромную популярность телезрителя.

Первыми ток-шоу, ставшими рейтинговыми в российском телеэфире, явились так называемые «скандальные» ток-шоу. Такие телепрограммы носят бытовой характер обсуждения, его темами являются острые жизненные и резонансные ситуации, героями которых становятся как знаменитости, так и простые граждане. Часто обсуждаются и имеют скандальный характер асоциальные и неоднозначные явления, неизменно привлекающие внимание аудитории — проституция, пьянство, врачебная халатность, ранние и неразборчивые интимные связи, неисполнение обязанностей по родительскому воспитанию, социальное сиротство и прочие. Первые скандальные ток-шоу, появившиеся на рубеже 1990-2000-х, такие как «Большой куш» и «Окна», сумели быстро привлечь телезрителя, но очень скоро перестали существовать.

Ведущим ток-шоу должна быть яркая личность. Важен темперамент, речевая пластика, манера ведения разговора, внешний показатель и какие-либо положительные факты биографии, константой служит одно — незаурядность и живой интерес к теме. Гостем должен быть харизматичный персонаж, который не будет молчать. Беседа всегда должна быть предметной.

## 2 Воздействие имиджа телеведущего на популярность телевизионной программы

### 2.1 Исследование популярности ведущих теленовостей

Проведенное мною исследование было направлено на изучение привлекательного образа телеведущего в восприятии молодых людей-зрителей новостных программ. В эмпирическом исследовании участвовали молодые люди в возрасте от 18 до 30 лет.

В первом вопросе исследования был изучен опыт знакомства с новостями у молодёжи. Анализ данных об источниках знакомства с новостями показал, что носителем информации о новостях у большинства испытуемых являются интернет-ресурсы (76,7%). Телевидение располагается лишь на втором месте. Им для знакомства с новостями пользуется 20,9% опрошенных. С помощью радио новости узнают лишь 2,3% молодежи. Предпочтение газете в получении новостей не отдает ни один опрошенный. (см. приложение А, рис.1)

Во втором этапе исследования участвовали испытуемые, которые регулярно смотрят новости на центральных и местных телеканалах. Для реализации целей исследования испытуемым предъявлялись фотографии известных телеведущих – Екатерины Андреевой, Ирады Зейналовой, Марии Моргун и Елены Винник. Как показали данные исследования, самой популярной телеведущей новостей является Екатерина Андреева (45%). На втором месте – Мария Моргун (22,5%). Ираде Зейналовой отдали предпочтение 17,5% опрошенных, а Елене Винник 15%. (см. приложение А, рис.2)

Сегодня все телезрители страны знают Екатерину Андрееву как одну из самых профессиональных и привлекательных ведущих информационной

программы «Время». Более того, Екатерина Андреева - лицо и, по мнению некоторых, секс-символ Первого канала. Имидж строгой деловой, но в тоже время элегантной, очаровательной ведущей она сохраняет на протяжении долгих лет. Екатерина узнаваема прежде всего, по внешнему виду. Волосы собранные в пучок, с пробором, легкий строгий макияж, деловые костюмы. Узнаваема она и по характеру вещания. Очень умная поставленная речь, беспристрастная подача любой информации, уместные комментарии и легкая улыбка. Благодаря грамотно подобранному имиджу и приятной внешности Екатерина Андреева запоминается больше других телеведущих.

На третьем этапе исследования был задан вопрос «Что важно для Вас в образе телеведущего новостей?». Молодые люди могли выбрать несколько вариантов ответов. Практически для каждого опрошенного важна речевая грамотность телеведущего (88,4%). Чуть меньше человек проголосовали за манеру подачи материала (69,8%). На третьем месте оказалась естественность поведения (41,9%). Стиль поведения важен для 27,9% опрошенных, мимика для 25,6%. (см. приложение Б, рис.1)

При анализе данных опроса я учитывала признаки определенных категорий, раскрывающих тему. Мною были даны характеристики категорий 4-компонентной модели образа телеведущего новостей, но сами категории указаны не были. Итак, категория номер один – «Профессиональные качества». Эта категория была представлена в опросе тремя характеристиками: взаимодействие в кадре с другими ведущими или корреспондентами, естественность поведения, речевая грамотность. Вторая категория – «Имиджевые элементы». Это грим и макияж, прическа, стиль одежды. Третья категория – «Индивидуальный стиль поведения»: жестикация, мимика, манера подачи материала, стиль поведения. Четвертая - «Взаимодействие со зрителями» – популярность, степень доверия телеведущему.

Опрос показал, что в структуре личности телеведущих преобладает категория «Профессиональные качества». Для шестидесяти двух



опрошенных наиболее важны характеристики подачи информации, умение вести беседу, манера подачи материала, взаимодействие в кадре с другими ведущими или корреспондентами, естественность поведения, речевая грамотность.

Второе место заняла категория «Индивидуальный стиль поведения». Он важен для 59 опрошенных молодых людей. Применение невербальных средств в совокупности с манерой подачи материала и стилем поведения формирует у телезрителей впечатление о существенном опыте журналистской работы. «Имиджевые элементы» телеведущих новостей важны лишь для 12 испытуемых. На четвертом месте рейтинга оказалась категория «Взаимодействие со зрителями» (8 испытуемых).

Предполагаю, что данные опроса оказались таковыми из-за отсутствия у молодежи интереса к телевизионным новостям. Так как, исходя из первого этапа исследования, 76,7 процентов опрошенных узнают новости с помощью интернет-ресурсов, а телевизионным новостям отдают предпочтение лишь 20,9% испытуемых.

Положительный образ телеведущего позволяет ему более продуктивно взаимодействовать с телезрителями, добиваться конкретных целей – прежде всего профессиональных.

## 2.2 Исследование популярности ведущих развлекательных программ

В данном исследовании мною была поставлена цель, узнать, кто является самым популярным телеведущим ток-шоу, какие развлекательные телепередачи более интересны аудитории и сопоставить результаты данных анкетирования для выяснения зависимости имиджа телеведущего и популярности телевизионного шоу.

Так же в данном социологическом опросе присутствовал вопрос о важных характеристиках в образе телеведущего. Характеристики категорий 4-компонентной модели образа телеведущего были те же, что и в опросе о телеведущих новостей. Категории указаны не были. (См. приложение Б, рис.2)

Первое место разделили две характеристики одной категории: «Профессиональные качества» - естественность поведения и речевая грамотность. (62,8% каждая). Соответственно эта категория и занимает лидирующую позицию. Во вторую очередь, по результатам опроса, для телезрителей важен индивидуальный стиль поведения телеведущего, выражающийся в мимике, манере подачи материала и жестикуляции. Имидж ведущего занимает третью позицию, а взаимодействие с телезрителями – четвертую.

Таким образом, данный этап исследования показал, что в структуре личности телеведущих преобладает категория «Профессиональные качества». Чтобы получить признание публики, для телеведущего ток-шоу важно уметь красиво говорить, грамотно взаимодействовать с гостями программы и естественно вести себя в кадре.

Следующий этап – исследование симпатии телезрителей к ведущим различных телепередач. Испытуемым был задан вопрос: «Кто из представленных телеведущих вызывает у Вас большую симпатию?» (см. приложение В, рис.1) Были предложены варианты ответа: Иван Ургант, Андрей Малахов, Дмитрий Нагиев, Борис Корчевников, Валдис Пельш, Максим Галкин. Участники опроса могли выбрать только одного наиболее приятного телеведущего. Большая половина опрошенных, а именно 58,5% отдали предпочтение Ивану Урганту. 24,4% симпатизируют Дмитрию Нагиеву. За Бориса Корчевникова проголосовали 7,3% опрошенных. Андрей Малахов и Валдис Пельш разделили 4-ое место. За них проголосовали 4,9% опрошенных. Максим Галкин, судя по результатам опроса, не вызывает симпатии у анкетированных молодых людей.

Далее, мною был задан вопрос «О существовании каких телепередач Вы знаете?» (см. приложение В, рис.2) Только о двух из названных телепередачах, а именно «Вечерний Ургант» и «Пусть говорят», знают все опрошенные. Шоу «Голос» известно практически всем анкетированным людям. О существовании телепередачи «Угадай мелодию» знают 85,7% опрошенных, о «Прямой эфир» - 71,4%. А вот о передаче «Лучше всех» всего 47,6%. Здесь четко прослеживается связь симпатии (вернее ее отсутствия) к телеведущему передачи Максиму Галкину и его ток-шоу.

Затем, мною, с помощью анкетирования, было выяснено, какие передачи интересны для молодых телезрителей, а какие они предпочитают не смотреть. (см. приложение Г). Большинство опрошенных отдают свое предпочтение ток-шоу «Вечерний Ургант» и «Пусть говорят». Наименьшее «Лучше всех» и «Прямой эфир». Эти же телепередачи заняли лидирующие места в опросе о менее интересных передачах для телезрителей.

Таким образом, с помощью данного исследования, мною было выяснено, что наиболее приятный имидж безоговорочно принадлежит Ивану Урганту. Популярными теле-шоу являются «Вечерний Ургант» и «Пусть говорят». На основе данных опроса я решила рассмотреть популярные ток-шоу и имидж их телеведущих подробнее в следующих пунктах.

### 2.3 Имидж Андрея Малахова, как важная составляющая популярности ток-шоу «Пусть говорят»

Подлинный зрительский интерес завоевало новое шоу главного федерального телеканала «Большая стирка», появившееся в 2001 году, позже трансформировавшееся в «Пусть говорят». Ток-шоу отличалось скандальностью выбранных тем и повышенной эмоциональностью всех участников. Данная телепрограмма явила широкой аудитории нового

телеведущего – искреннего, интеллигентного, энергичного, стильного, современного, обаятельного, способного чувствовать настроения героя и зрителя, «разговорить» любого героя и принять его позицию, при этом удерживать внимание телезрителя. В прессе его стиль прозвали «проамериканским». На шоу, которые ведет Андрей Малахов, нет уютной атмосферы. В студии царит напряжение. Телеведущему удается на протяжении всего шоу сохранять эмоциональный накал вокруг обсуждаемой темы (один из приемов – удерживающие внимание шокирующие подводки, громкий голос). Профессиональные навыки Андрея Малахова реализуются в способностях талантливого сценариста, модератора и грамотного интервьюера, способного расположить к себе героя, вывести его на откровенный разговор и проникнуться к нему искренним сочувствием.

Успешность образа Малахова на отечественном телевидении во многом определилась уникальной способностью Андрея «раздваиваться» в студии. Телеведущий умеет одновременно и «стать на один уровень» в диалоге с проходящим в студию носителем проблемы, резонансной или скандальной жизненной ситуации (чаще всего – жителем «глубинки», представителем неблагополучной среды), понимать причины происходящих в обществе процессов и в то же время быть «над» ситуацией, оценивать, давать советы, быть примером для «проблемных» героев. Малахов отличается глубокой эмпатией. По его признанию, большинство обсуждаемых в студии драматичных ситуаций он воспринимает как личную трагедию.

При том, что Андрей Малахов – грамотный модератор, пытающийся согласно требованиям ток-шоу не высказывать открыто своего мнения, в некоторых ситуациях телеведущий может быть не сдержан и резко выражать свое негодование по неприятной и неприемлемой для него ситуации. Нередко Малахов бывает саркастичен, что свидетельствует об его остроте ума и чувстве юмора. Телеведущий завоевал доверие и интерес аудитории умением говорить на ее языке, знанием того, чем живет «человек из

глубинки». Как признается телеведущий: «Во мне все равно много еще провинциального».

Андрей Малахов в основном использует разговорную лексику, с эмоционально-экспрессивной окраской. Нередко его речь сбивчива, с паузами и ставшим индивидуальной и узнаваемой чертой ведущего – протяжными «э-э-э». Эти и другие профессиональные и личные особенности формируют для зрителя образ «своего» парня, который всегда поймет и будет готов помочь.

Стиль телеведущего традиционен для жанра ток-шоу – деловой костюм (разнообразных расцветок), галстук. У Малахова аккуратный внешний вид, он строен и подтянут. Известно, что ведущий ведет здоровый образ жизни, постоянно посещает тренажерный зал, занимается йогой.

В ток-шоу нередко на основе личного жизненного опыта пропагандирует среди «проблемных» гостей работу над собой, считая труд залогом успешного саморазвития.

Благодаря успешному имиджу Малахова, ток-шоу «Пусть говорят» смотрят люди всех городов России. Каждый человек найдет в этом ток-шоу интересную для себя тему.

Например, в начале 2017 года в передаче «Пусть говорят» обсуждалась история Дианы Шурыгиной. Она была очень актуальна среди молодежи, и многие смотрели все выпуски о ней.

#### 2.4 Имидж Ивана Урганта, как важная составляющая популярности ток-шоу «Вечерний Ургант»

В 2012 году Иван Ургант своим шоу открыл этот формат современному российскому зрителю. За год «Вечерний Ургант» превзошел прогнозируемые рейтинги и заметно оживило официоз телеканала «Первый». Сегодня шоу

успешно сохраняет высокие рейтинги. При этом нужно отметить, что успех целиком держится на образе его телеведущего. Выбор Урганта на роль ведущего был изначально успешным, ведь Иван в большей степени, чем какой-либо другой популярный российский телеведущий обладает профессиональными навыками, необходимыми для ведущего жанра вечернего ток-шоу. Кроме того, Иван Ургант является продюсером собственной программы. Он – один из активных инициаторов внедрения вечернего шоу на российский экран. Ургант хорошо знаком со спецификой американского (и британского) телевидения, и считает, что жанр late night show при умелой адаптации был бы интересен российскому зрителю.

Телеведущий часто и подолгу (начиная с подросткового возраста) бывает в США, и знает особенности американского менталитета, культуры, а также хорошо знаком с жанром, породившим вечернее шоу – standupcomedy.

Подготовка к созданию телепроекта проходила в условиях острой профессиональной загруженности Ивана (телеведущий был задействован сразу в трех успешных телепроектах канала «Первый» – «Большая разница», «Прожекторперисхилтон» и «Смак»), однако все ее стадии прошли успешно.

Ургант нашел время для поездки в США для консультации с американскими специалистами, работающими над проектами в жанре «вечернее шоу». В этом проявились личные и известные многим качества Урганта, такие как трудолюбие и ответственный подход к делу. Иван Ургант – популярная персона на российском телевидении. Профессиональный актер, музыкант, телеведущий, шоумен.

Ургант всегда отличался общительностью, артистизмом, находчивостью и характерным только для него умением непринужденно шутить в кадре. Способности к моментальной импровизации и тонкий интеллектуальный юмор сразу привлекли внимание российских телезрителей, и остаются востребованными до сих пор. Природные внешние данные телеведущего незначительны для целостного восприятия его образа в шоу «Вечерний Ургант». Он высокого роста (195 см), с первых минут

телевыступления ведущий располагает к себе обаятельной улыбкой, уверенной манерой держаться в кадре.

Стиль телеведущего традиционен для жанра вечернего ток-шоу – модный деловой костюм, галстук-бабочка. В последнее время легкая небритость стала традиционной для образа Ивана.

У Ивана Урганта мелодичный тембр голоса, быстрый темп речи, хорошая дикция. Часто в шутках в разговорной речи употребляет книжные слова, что делает юмор Урганта уникальным и экспрессивным (кроме того, появляется впечатление, что Иван – интеллигентный и начитанный человек.)

Ургант часто использует еще один метод – в процессе монолога неожиданно начинает говорить на «два голоса и на два лица»: неожиданно серьезно и артистично – в момент шутки и весело и задорно – после нее. В stand-up-монологе Ургант подвижен, непоседлив, его жесты и мимика выразительны. С гостями шоу телеведущий беседует непринужденно, легко, иронично (что соответствует формату телепередачи), но все же менее провокационно (в сравнении с западными телеведущими latenightshow).

Атмосфера общения – даже с именитыми западными гостями – искренняя и дружелюбная. В игровых номерах с участием как российских, так и зарубежных «звезд» шоу-бизнеса ярко проявляются творческие способности Урганта.

Целью телепередачи «Вечерний Ургант» является информирование аудитории о последних событиях в мире и развлечение массового зрителя. На каждый выпуск приглашается известное лицо шоу-бизнеса, и, несмотря на четко-выраженный стиль Ивана Урганта, мы можем заметить, перемены в поведении телеведущего в зависимости от манеры поведения гостя.

Беседа Ивана Урганта и Вячеслава Зайцева. Прославленный художник-модельер – человек в возрасте – на фоне молодого ведущего выглядит немного смущенным и потерянным. Его речь тихая, медленная, минимум жестикуляции. Иван Ургант разбавляет интервью быстрым темпом речи и громким голосом, его жестикуляция подвижна, что создает контраст.

Беседа Ивана Урганта и Милы Йовович. По своей натуре актриса – энергичный, эмоциональный человек, что мы и замечаем при просмотре данного интервью. У нее живая мимика и жестикуляция, она охотно рассказывает о своей жизни, не сдерживает эмоций. Иван Ургант сдержаннее на ее фоне, более статичен, но с координирующей функцией телеведущего он справляется – успевает вставить подбадривающие фразы и направляет тему разговора в нужное русло.

Беседа Ивана Урганта и Павла Воли. Эстрадный артист не изменяет своему амплуа – ведет себя вызывающе, подвижно, нестандартно, старается сконцентрировать внимание зрителя на себя. Иван Ургант держится достойно, оказывает впечатление уравновешенного человека, сдерживает дерзкое поведение собеседника.

Беседа Ивана Урганта и Ивана Охлобыстина. На первый взгляд разговор между двумя уважаемыми личностями проходит спокойно, без резких скачков в настроении. Они оба демонстрируют навык дружеской, ровной беседы в шуточной манере. Тем не менее можно разгадать причину данной гармонии. Каждый из собеседников по очереди обращает на себя внимание. Сначала Охлобыстин неожиданно проявит яркую жестикуляцию, затем Ургант делает акцент на своем громком голосе.

Беседа Ивана Урганта и Владимира Познера. С самого начала разговора мы можем увидеть, что советский и российский тележурналист хорошо знаком с ведущим программы. Чувствуется, что В. Познер ощущает себя комфортно. Он охотно отвечает на заданные ему вопросы, но не берет инициативу на себя. В данной беседе Ургант применяет метод «отзеркаливания» – подстраивается к неспешной манере речи В. Познера. Телеведущий менее эмоциональный, но заинтересованный. Держит ровный темп разговора.

Из проведенного наблюдения можно сделать вывод, что Иван Ургант умело находит общий язык с гостями передачи. Являясь противоположностью кому-либо, он не позволяет аудитории потерять



интерес, либо напротив, делает так, чтобы чрезмерное волнение не погасило внимание зрителей раньше времени.

Имидж Ивана Урганта сложился как имидж телеведущего, внушающего доверие, обладающего обаятельной внешностью, способного привлечь публику непосредственностью и свободной манерой говорения. Ургант вжился в роль «своего человека». Именно совокупность всех характеристик позволяет телеведущему произвести впечатление на аудиторию.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проанализировав вышеизложенную информацию, можно сделать следующие выводы.

Цель курсовой работы была достигнута. Мною было изучено влияние имиджа телеведущего на эффективность массовой коммуникационной деятельности.

Я рассмотрела понятие имидж и структуру имиджа телеведущего, провела исследование популярности ведущих и телевизионных передач, исходя из результатов исследования, рассмотреть влияние наиболее популярных телеведущих на рейтинг телепередач, оценила влияние имиджа телеведущего новостей на успешность телекомпании и эффективность массовой коммуникационной деятельности.

Исходя из вышесказанного, могу сделать следующие выводы.

Через образ ведущего, его поведение автор программы транслирует открытым текстом или в завуалированной форме свою основную идею.

Образ телеведущего является олицетворением того стиля жизни, который создатели программы в скрытой форме предлагают зрителям как образец для подражания. Являясь стержнем телевизионного производства, образ ведущего становится основным режиссерским приемом, определяющим весь остальной набор приемов и выразительных экранных средств.

Воздействия на телевизионную аудиторию с помощью образа телеведущего реализуются через механизмы восприятия и связаны с проблематикой психологии межличностного познания.

Исследования доказали, что влияние средств массовой информации на телезрителей осуществляется через образ ведущих программ. А популярность телевизионных передач напрямую зависит от имиджа ведущего.

Ведущие телевизионных программ выступают не только в роли носителей новостей, но и являются источниками формирования мировоззрения молодежи. При этом обобщенный образ ведущего новостей представляет весьма строгую структуру.

В структуре персонального бренда экранной личности органично соединены различные компоненты: обаяние самой персоны, ее сложившаяся социальная роль, экранное амплуа и имидж.

Выявлено, что образ ведущего в восприятии зрителей включает в себя, по меньшей мере, два уровня: личностно-образный уровень, т.е. внутренний, проявляющийся через элементы поведения и речи и имиджевый, т.е. внешний. Он проявляется в статичных элементах (одежда, прическа, грим, макияж) и в поведенческих реакциях (эмоциональная включенность, взаимодействие ведущего в кадре и др.)

Телеведущий возлагает на себя большую нравственную ответственность. Он «делает» канал, но и канал «делает» – создает, шлифует, формирует его имидж, вырабатывает у зрителей привычку, а затем устойчивую потребность систематического с ним общения.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Брус, Л. Диктор телевидения: пер. с англ / Л. Брус; В. Ткаченко. – М.: Искусство, 1973. – 200 с.
2. Бурдые П. О телевидении и журналистике./ П. Бурдые - М., 2002.
3. Горчакова, В.Г., Брендами не рождаются / В.Г. Горчакова Академия медиаиндустрии. Наука. Вестник электронных и печатных СМИ
4. Горчакова В.Г. Имидж телеведущего как модель самоидентификации / В. Г. Горчакова Академия медиаиндустрии. Наука. Вестник электронных и печатных СМИ. Архив журнала. Выпуск №4
5. Крикунова Ю. А. Телеведущий: личностные качества и профессиональные умения./ Ю. А. Крикунова
6. Кузнецов Г.В. Так работают журналисты ТВ/ Г. В. Кузнецов – М. Учебник
7. Кузнецов Г. В и др. Телевизионная журналистика/ Г. В. Кузнецов – М.: Высшая школа, 2002.
8. Максимов А.М. Профессия – журналист. Учебное пособие./ А. М. Максимов – М: Калиновский бульвар. –2011.
9. Матвеева, Л.В. Психология телевизионной коммуникации / Л.В. Матвеева, Т.Я Аникеева, Ю.В. Мочалова– М.: РИП-холдинг, 2002. – 116с.
10. Матвеева, Л.В. Экранный образ и личностные особенности телеведущих / Л.В. Матвеева, Т.Я. Аникеева, Ю.В. Мочалова // Психологический журнал. – 2007 – Т. 20, № 1. – С. 20–30. 8.
11. Матвеева, Л.В., Шкопоров Н.Б. Связь с аудиторией в телекоммуникации / Л.В. Матвеева, Н.Б. Шкопоров // Прикладные исследования. – М.: Гостелерадио, 1991. Ч. 1–2. С. 70, С. 74.
12. Никулина Г. Ю. Лица знакомые и незнакомые. Заметки о телевизионном портрете. / Г. Ю. Никулина - М.

13. Новикова А.А. Современные телевизионные зрелища: истоки, формы и методы воздействия./ А.А. Новикова - СПб.: Алетейя, 2008.

14. Сапунов, Б.М. Этика и культура работника телевидения: учебное пособие./ Б. М. Сапунов

15. Шепель В. М. Имиджелогия. секреты личного обаяния./ В.М. Шепель - М., 1994.

16. Шепель В. М. Имиджелогия. Как нравиться людям. / В. М. Шепель - М: Изд-во Народное образование, 2002.

*Интернет-ресурсы:*

17. Имидж телеведущего URL:  
<http://old.el.kz/m/articles/view/Имидж-телеведущего> (дата обращения 07.05.2017)

18. Критерии профессионализма ведущих теленовостей URL:  
<http://www.referats.pro/journalism/10611-kriterii-professionalizma-vedushhih-telenovostej.html> (дата обращения 08.05.2017)

19. Lib.ru: Журнал "Самиздат". URL:  
[http://samlib.ru/a/andreewa\\_e\\_j/teorijaetalonnogoimidzha-1.shtml](http://samlib.ru/a/andreewa_e_j/teorijaetalonnogoimidzha-1.shtml) (дата обращения 08.05.17)

20. XReferat.Com URL: <http://xreferat.com/27/48-1-vedushiiy-informacionnyh-televizionnyh-vypuskov.html> (дата обращения 08.05.2017)

## ПРИЛОЖЕНИЯ

Рис.1

Откуда Вы узнаете последние новости?

43 ответа

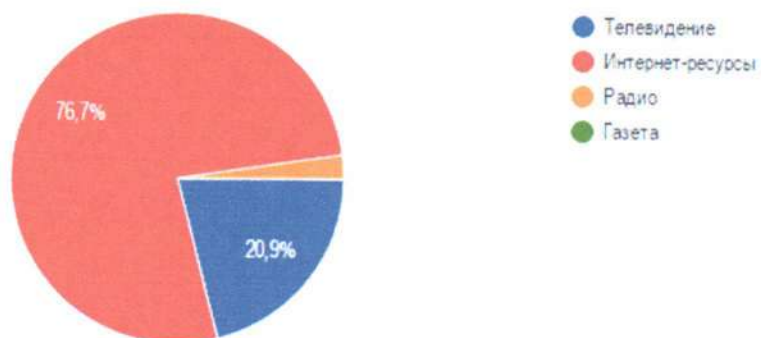
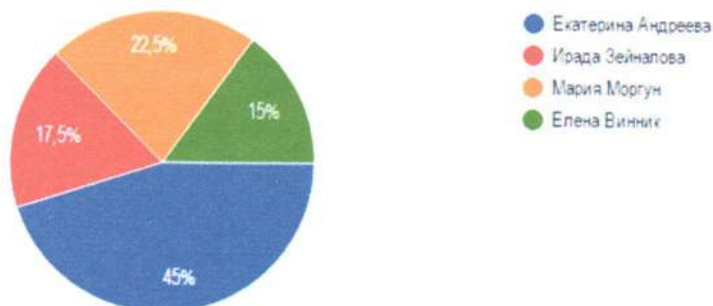


Рис. 2

Кто из представленных телеведущих вызывает у Вас большую симпатию?

40 ответов



Приложение Б. Социологический опрос о важных характеристиках в образе телеведущего.

Рис.1

Что важно для Вас в образе телеведущего новостей?

43 ответа

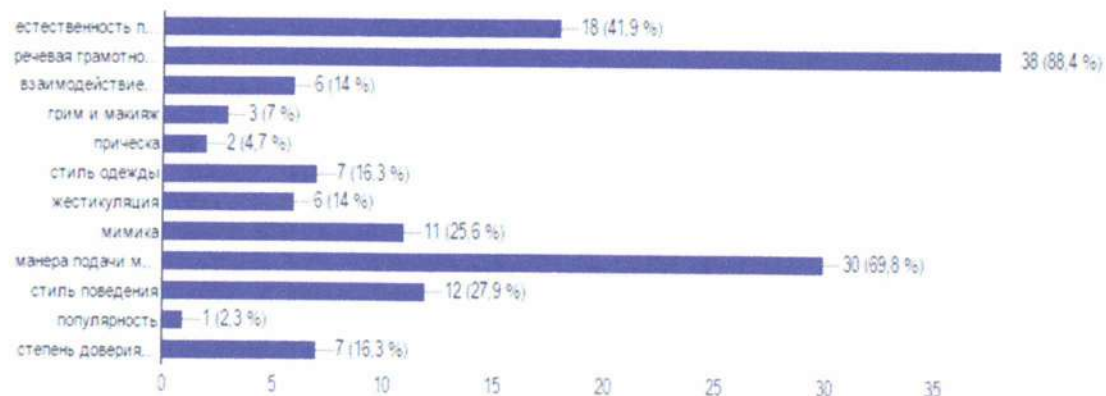


Рис.2

Что для Вас важно в образе телеведущего развлекательной программы?

43 ответа





Рис.1

Кто из представленных телеведущих вызывает у Вас большую симпатию?

41 ответ

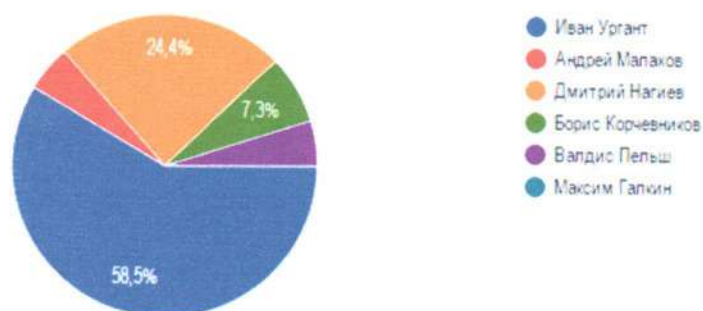


Рис.2

О существовании каких телевизионных передач Вы знаете?

21 ответ



## Приложение Г. Популярность телепередач

### Какие телепередачи вы смотрите?

17 ответов



### Какие телепередачи Вам не нравятся?

17 ответов

