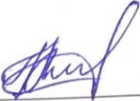


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО КубГУ)

Кафедра издательского дела и медиатехнологий

КУРСОВАЯ РАБОТА

ИМИДЖ ТЕЛЕВИЗИОННОГО ВЕДУЩЕГО НА СОВРЕМЕННОМ
ТЕЛЕВИДЕНИИ

Работу выполнила  10.05.17. А.Г. Донцова
(подпись, дата)

Факультет журналистики 2 курс ОФО

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Научный руководитель:

Преподаватель  10.05.17. С. С. Шувалов
(подпись, дата)

Нормоконтролер:

Преподаватель  10.05.17. С. С. Шувалов
(подпись, дата)

Краснодар 2017

ВВЕДЕНИЕ

Современный мир, который принято называть информационным, увеличивает значение всех компонентов общественной жизни. В информационном обществе имидж является важным источником информации об объекте. Именно поэтому чем правильнее он сконструирован, тем результативнее станет деятельность политика, руководителя, или же телевизионного ведущего.

В настоящее время главным и неотъемлемым атрибутом современного телевидения является имидж телеведущего. В условиях совершенствования средств массовой коммуникации современное телевидение нуждается в создании положительного образа не только телевизионных каналов и передач, но и телеведущих. Ведущий выступает как первое лицо программы. Его личный имидж влияет на имидж телепрограммы в целом. На него смотрит и за ним наблюдает не только страна, но и зрители всего мира.

Именно на основании образа ведущего общественность судит о состоянии современного телевидения. Все, что видит общественность, является объектом оценивания. Это касается внешнего вида телевизионного ведущего, его манеры поведения, мимики, жестов, образованности, живости и ясности ума. Таким образом, имидж первого лица программы является одной из важнейших составляющих образа телевидения в целом.

Многие исследователи и ученые в своих научных трудах занимались изучением имиджа, его составных частей и аспектов. Например, такие ученые как Гаймакова Б.Д., Макарова С.К., Новикова В.И., Оссовская М.П. объясняют значимость и воздействие публичной речи на человека [4].

Такой исследователь как В. Шепель говорит не только о значимости имиджа, но и дает точные и полезные советы для создания положительного имиджа публичного человека [10].

Интересен также труд Чумикова А.Н. «Реклама и связи с общественностью» [9]. Он раскрывает основные понятия имиджа и его визуализацию.

На основании изученной библиографии можно сделать вывод, что сам имидж и его виды составляют большое количество научных трудов, где описывается его роль, способы формирования, его влияние на целевую аудиторию.

На основании вышесказанного можно утверждать, что имидж телеведущего играет важную роль на современном телевидении. Наблюдая за деятельностью, образом жизни, внешними качествами и видом ведущего, целевые группы складывают и формируют определенный образ как коммуникатора, так и телеканала. Именно поэтому тема данной научной работы актуальна на сегодняшний день.

В данной курсовой работе освящаются тема формирования имиджа телевизионного ведущего. В работе определяются факторы, влияющие на создание образа телевизионного коммуникатора, а также элементы имиджа, при помощи которых выстраивается как образ телеведущего, так и образ передачи, которую он ведет.

Таким образом, целью данной курсовой работы является изучение имиджа телевизионного ведущего.

В соответствии с этим необходимо выделить задачи, стоящие в процессе выполнения работы.

1. Определить значимость построения прочного положительного имиджа телевизионного ведущего.
2. Изучить технологию создания имиджа телевизионного ведущего.
3. Определить основные элементы имиджа телевизионного ведущего.
4. Дать характеристику имиджа телевизионного ведущего, его составных частей.
5. Определить влияние и воздействие телевизионного ведущего на целевую аудиторию.

Объектом исследования данной курсовой работы является имидж телеведущего.

На основе объекта можно выделить предмет исследования - формирование имиджа.

Также необходимо обозначить, что во время выполнения курсовой работы использовались такие методы исследования как анализ и включенное наблюдение. При наблюдении нами были выявлены общие закономерности построения успешного имиджа телевизионного ведущего и его роль в формировании положительного образа телепрограммы в глазах общественности. Также было произведен анализ образа ведущего ток-шоу «Лучше всех!» Максима Александровича Галкина, ведущего телепередачи «Пусть говорят» Андрея Николаевича Малахова и ведущей программы «Новости» Екатерины Сергеевны Андреевой.

Курсовая работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка используемых источников, который включает в себя 19 наименований.

1 Имидж телеведущего: основные понятия, способы построения

1.1 Многообразие понятия имидж

В настоящее время роль телевидения в современном обществе сильно возросла. Человек, независимо от возраста, социального положения, профессии всё чаще соприкасается с этим уникальным явлением, появившемся еще в XX веке. Мы привыкли сравнивать время досуга с временем, проведенным у голубого экрана. Это объясняется тем, что сейчас телевидение носит не только информационный характер, но и развлекательный.

Образ современного телевидения тесно связан с имиджем одного из главных его компонентов- имиджем телевизионного ведущего. Именно он является первым лицом любой телепрограммы. Зрители сознательно или бессознательно отождествляют и персонифицируют воспринимаемую с телеэкрана информацию с тем человеком, который её передает.

Прежде, чем перейти к анализу имиджа телеведущего и основных его составляющих компонентов, необходимо дать определение данному понятию.

Само слово переводится с английского языка как образ. А в свою очередь, английское *image* происходит от латинского *imago*, то есть «имитировать». В русском языке слово «образ» означает вид, общее представление, характер, обобщенное художественное отражение. Следовательно, можно предположить, что это не только некий внешний облик человека. Это его поведение, его поступки и действия, которые видит и анализирует общественность. Многие исследователи по-разному давали понятие данному термину. Вот, например, одно из них: «Имидж - это заявленная (идеальная) позиция, т.е. такая, которую персона или организация спланировали и намереваются продвигать(продвигают) в целевые аудитории» [9, с. 99]

Однако существует общепринятое классическое определение понятия имидж: «Имидж - сложившийся в массовом сознании и имеющий характер стереотипа, сильно эмоционально окрашенный образ чего-либо или кого-либо» [2, с. 36].

Таким образом, из данного определения мы можем сделать вывод, что имидж представляет собой некое устойчивое представление о том или ином человеке или же группе людей.

В своей работе С.А. Наумова говорит, что «имидж - не просто образ, а целенаправленно сформированный образ кого-либо или чего-либо, содержащий некоторые ценностные характеристики и призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие на целевую аудиторию в целях популяризации, рекламы и т. д.» [8; с. 8]. Имидж формируется специально для достижения определенных целей. Зачастую человек, который носит «имиджевую маску» или играет «имиджевую роль» не является таковым на самом деле. Безусловно, образ, который он надевает на себя, носит временный характер и зависит от внешних условий и потребностей самой целевой аудитории, на которую направлен создаваемый имидж.

Имидж, можно сказать, представляет собой стереотип, который несет в себе не полную информацию о человеке, а лишь созданный облик. «Имидж вбирает в себя сеть оценок и впечатлений, как обобщенных, так и очень детальных. Они могут относиться к устойчиво осязаемым чертам носителя имиджа, но также включать мимолетные и эфемерные восприятия реципиента» [8; с. 9].

Также следует упомянуть о времени и месте рождения серьезных разработок в области организационного имиджа. Зародился он в Северной Америке, Европе и Японии в начале 50-х годов 20 века. Первоначально имидж являлся одним из средств построения элементарных деталей фирменного стиля, определенных словесных приемов, универсального оформления интерьера продукции. То есть тогда имидж служил обществу как способ обозначения уникальности и неповторимости фирм и компаний.

Тот факт, что на современном этапе развития общества многочисленные работы и исследования по имиджевой тематике ведутся более чем в 160 крупнейших европейских компаниях, говорит о том, насколько значим имидж и какую серьезную роль он играет в формировании положительного образа у целевой аудитории.

Важно отметить, что необходимо различать атрибуты, факторы и компоненты имиджа.

Атрибут имиджа - это неотъемлемое, незаменимое свойство кого-либо или чего-либо.

Фактор имиджа представляет собой определенное свойство, непосредственно влияющее на имидж. Оно может выражаться в восприятии одежды, жестов, голоса, интонации и т.д.

Компонент имиджа выражается в некоторой характеристике носителя имиджа, которая возникает в восприятии реципиентов.

Носителями имиджа могут являться люди, группы людей, фирмы, политические партии, страны и т.д.

Имидж телевизионного ведущего играет огромную роль в современном обществе. В связи с тем, что сейчас электронные СМИ оказывают всё большее воздействие на массы, образ первого лица телепрограммы как никогда раньше становится мощным инструментом манипулирования общественным мнением. Если раньше, на заре появления телевидения, речь по данному источнику информации разрешалась только профессионально подготовленным специалистам, то в настоящее время в первую очередь ценятся внешние данные человека, его харизма и умение поддерживать диалог со зрителем.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что понятие «имидж» разнообразно и имеет множество трактовок. Тем не менее, мы можем заметить всю важность и актуальность данного явления. Имидж не только призван показывать общественности какие-либо признаки и характеристики телеведущего. Телеведущий обладает способностью влиять на мнение людей и создавать нужное ему эмоциональное настроение целевой аудитории.

1.2 Технология создания имиджа телеведущего

Мы уже говорили о том, что телеведущий - это лицо программы. Его имидж как телевизионного ведущего автоматически отождествляется и персонифицируется с имиджем телепрограммы в целом. От того, насколько удачен образ телевизионного коммуникатора, зависят успех, узнаваемость и доверие к телепередаче.

Телевидение настоящего времени претерпевает множество различных изменений. Во-первых, оно развивается значительно быстрее, чем остальные средства массовой коммуникации. Телевещание сейчас занимает позиции первого советника, помощника и информатора в системе мировоззрения зрителя постиндустриального века. Именно телепрограммы становятся основным источником сообщений для массовой аудитории, а их развлекательная расслабляющая функция способствует эмоциональной разрядке индивида. Во-вторых, «...для современного телевидения характерно использование различных способов телевизионного общения, жанровое разнообразие телепрограмм, возможность творческого воплощения самых невероятных проектов, наличие большого количества выразительных средств и способов их осуществить».

Таким образом, на первый план выдвигается образ самого ведущего телепрограммы, его внешний вид и умение поддерживать живой диалог с целевой аудиторией.

Имидж первого лица программы включает в себя три основных этапа.

1. Создание «фундамента» телеведущего.
2. Создание внешнего вида телеведущего.
3. Создание внутреннего имиджа телеведущего.

Создание «фундамента» ведущего означает точное определение целей, задач и стандартов, которые устанавливаются в соответствии с тематикой телепрограммы и которых необходимо придерживаться телевизионному коммуникатору.

Создание внешнего вида телеведущего - это стадия создания привлекательного облика в глазах целевой аудитории, основные позиции которого мы выделили ранее.

Создание внутреннего имиджа телеведущего заключается в построении привлекательного и положительного имиджа в глазах сотрудников, что является немаловажным элементом в общей системе имиджа телеведущего.

Существует множество различных технологий создания имиджа телевизионного ведущего, но нам бы хотелось выделить четыре основных методики.

1. Определение целевой группы, с которой будет работать телевизионный коммуникатор.
2. Изучение интересов и пристрастий выявленной целевой аудитории, от которых зависит построение определённого имиджа и образа не только самого телеведущего, но и программы в целом.
3. Подбор подходящей социальной роли телевизионного ведущего.
4. Привлечение внимания и интереса к образу телеведущего.

Следует добавить, что создание имиджа телеведущего - процесс длительный и трудоёмкий. Он требует немало усилий и высоких затрат, поскольку работают над ним специалисты самых разнообразных профилей: модельеры, визажисты, имиджмейкеры, PR-технологи и т.д.

1.3 Элементы имиджа телеведущего

В настоящее время роль телевидения в современном обществе сильно возросла. Человек, независимо от возраста, социального положения, профессии всё чаще соприкасается с этим уникальным явлением, появившемся еще в начале XX века.

Мы привыкли сравнивать время досуга с временем, проведенным у голубого экрана. Это объясняется тем, что сейчас телевидение носит не только информационный характер, но и развлекательный.

По этой причине можно выделить некоторые особенности телевидения сегодняшнего дня:

- Многоканальность.
- Использование различных способов телевизионного общения.
- Жанровое разнообразие телепрограмм.
- Возможность творческого воплощения различного рода проектов.

- Наличие большого количества выразительных средств и способов их осуществить.

Тем не менее при наличии данных характеристик современного телевидения, успех у зрителей той или иной программы во многом определяется обаянием личности телеведущего. Именно телевизионный ведущий призван поддерживать контакт с аудиторией во время той или иной телепередачи.

Выделяют несколько типов телеведущих.

1. Ретранслятор, выступающий информатором в новостных программах.

2. Ведущий-аналитик, совмещающий свою информационную осведомленность с демонстрацией определенной точки зрения по актуальным проблемам сегодняшнего дня.

3. Ведущий-модератор, возглавляющий или объединяющий группу экспертов, обсуждающих ту или иную злободневную проблему.

4. Ведущий-генератор идей, обсуждающий с достаточно широкой аудиторией круг проблем, связанных с обсуждением определенных проблем, заслуживающих внимания общества.

5. Импровизатор, носитель определенной маски, создающий, как правило, в ток-шоу атмосферу карнавала при обсуждении самого широкого круга проблем: политических, идеологических, моральных, эстетических, научных и т. д.

6. «Шут гороховый», «скоморох», «затейник», вовлекающий аудиторию в самые разнообразные типы диалога.

Аудиовизуальный имидж телевизионного ведущего полностью обусловлен его речевыми и внешними характеристиками. Современный зритель в первую очередь оценивает ведущего программы, а потом и саму программу, её сущность. «... безусловно, успех любой телепрограммы зависит не только от ее содержания, технической стороны и рейтинга телеканала, на котором она.

Важно отметить, что сегодня телевидение обладает особым характером общения, особой формой передачи информации. Зритель ценит в телеведущем такие речевые качества, как креативность, юмор, доступность изложения мысли. Таким образом, его выступление может тесно граничить с свободомыслием, почти импровизацией.

С одной стороны, данный факт свидетельствует о том, что речь телеведущего будет живой, настоящей, без неэмоционального монотонного чтения. С другой стороны, неподготовленная спонтанная речь может нести за собой ущерб чистоте и экологии русского языка. Именно СМИ оказывает огромное воздействие на язык и речь целевой аудитории.

Как уже было сказано, образ телевизионного коммуникатора является одной из самых значимых составляющих любой телепередачи. Человек выступает как первое лицо программы, тем самым он автоматически становится объектом оценивания. Проводя эксперименты, многие психологи убеждались, что из десяти случаев, по меньшей мере, в восьми наше первоначальное впечатление о других складывается именно по их внешности.

Действительно, зритель при включении телевизора в первую очередь обращает внимание на то, как выглядит ведущий. Очень часто нам бросаются в глаза такие конкретные атрибуты визуального образа телевизионного коммуникатора, как лицо, причёска, одежда, телосложение, поза. Мы соотносим его речь с мимикой лица, внимательно наблюдаем за эмоциональным состоянием коммуникатора.

Таким образом, именно аудиовизуальный образ телеведущего напрямую влияет не только на его имидж и имидж программы в целом, но и на их популярность и узнаваемость.

В своей книге «Имиджология. Секреты личного обаяния» В.М. Шепель пишет: «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» [10; с. 110].

Необходимо заметить, что внешний вид телевизионного ведущего прямо или косвенно воздействует на его популярность и узнаваемость среди целевой аудитории. Люди формируют свое мнение о человеке в течение нескольких секунд. Новостная программа, ток-шоу, деловая презентация, интервью- в любом случае коммуникатор будет оцениваться сперва по внешним данным.

В своей работе «Имидж - путь к успеху» Лиллиан Браун замечает: «Если ваша внешность привлекательна, то вы можете склонить аудиторию на свою сторону еще до того, как произнесете первое слово. Точно так же можно оттолкнуть от себя людей, если ваш внешний вид, скажем мягко, не совсем уместен» [3, с. 20].

Многие специалисты и исследователи выделяют несколько основных качеств внешности любого телеведущего.

- Здоровый вид - наиболее важное качество телевизионного коммуникатора. Оно включает в себя явное здоровье и оптимистическое отношение к происходящему. Данная характеристика является обязательным условием успеха работы на телеэкране. Здоровый человек будет выглядеть привлекательно; он способен правильно оценивать ситуацию и обладает способностью подстраиваться под неё.

- Гармония черт лица - данное качество имеет особое значение для всех телеведущих. Однако наиболее актуальна описываемая характеристика в программах информационного и новостного жанра, где поза статична и неподвижна и основное внимание телезрителей приковано к лицу.

- Красивые волосы - причёска ведущего должна подчеркивать его образ, дополнять его.

- Стройная и пропорциональная фигура - наличие данного качества желательное, но не категоричное требование для телевизионного коммуникатора.

- Белые и ровные зубы - в отличие от предыдущей характеристики, белые и ровные зубы обязательно для работы первого лица телепрограммы. Данное качество даёт возможность человеку на экране красиво улыбаться.

- Приятно звучащий голос является неотъемлемой частью положительного образа ведущего. Тембр его голоса должен обладать пластичностью и гибкостью, четко передавать эмоциональное состояние коммуникатора.

- Выразительность жестов способна помочь передать телевизионному ведущему основную информацию. Жесты призваны дополнять имидж человека, украшать его.

- Живой ум - человек, обладающий ясностью ума, с легкостью может импровизировать на сцене, правильно мыслить, живо реагировать на события.

- Доверительность - ведущий призван демонстрировать свое искреннее отношение к происходящему. Ему необходимо проявлять настоящий, живой интерес к предмету разговора, а также тактично и уважительно принимать мнения других участников программы.

Таким образом, внешний вид - это то, как человек выглядит: как одет, какие у него грим, прическа, макияж, манера поведения в связи с выбранным стилем.

Безусловно, самая выразительная часть личного образа телеведущего - это лицо. В связи с этим можно обозначить основные составляющие построения внешности телевизионного ведущего.

1. Гигиена кожи лица.
2. Макияж.
3. Причёска.
4. Одежда.
5. Язык жестов.

Важно заметить, что внешность ведущего в силу специфики профессии чаще всего не является врожденной. «Природные данные на практике проходят определенную «обработку», испытывают влияние имиджмейкеров, стилистов и являются отправной точкой» [11]. Не всякий человек может попасть на экран

телевидения. Уже на начальном этапе кадры проходят отбор не только по профессиональным признакам, но и по физическим. Далее следует тщательная работа стилистов, имиджмейкеров, которые создают желаемый образ телеведущего. Следовательно, мы видим на экране не самого человека, каким он является в повседневной жизни. Мы видим телевизионного коммуникатора, «одетого» в определенную маску, роль, которые наиболее полно отвечают требованиям и специфике той или иной программы. Именно поэтому, говоря о феномене популярности телеведущего, мы употребляем термин «имидж».

Мимика и жесты на современном телевидении выступают одним из средств коммуникации ведущего с аудиторией. Их роль - дополнять речь коммуникатора, делать её более понятной и живой.

Жесты представляют собой движения рук, которые неразрывно связаны с манерами поведения. В настоящее время телеведущие активно и широко используют язык жестов для придания своей речи живости и эмоциональной окраски.

Жесты можно разделить на следующие виды:

1. Эмоциональные жесты - передают эмоциональное состояние человека. Примером данного вида жестов могут являться пожатие плечами, покачивание головой и т.д.

2. Ритмические жесты - «такие телодвижения могут указывать на место ударения или паузы, особенно важную часть текста» [12]. Именно ритмическую жестикуляцию достаточно часто используют телеведущие.

3. Изобразительные жесты выполняют роль усиления выразительности речи.

4. Указательные жесты выражаются в точном определении какого-либо предмета из множества. Также они могут выполнять задачу определения направления движения.

Жесты и позы играют огромную роль в достижении правильного позитивного впечатления, которое производит телевизионный ведущий. При наличии телодвижений и мимики коммуникатор представляется зрителю действительно заинтересованным в ходе программы. Его эмоциональное

состояние изображается в большей мере в определенных движениях, в живости изменения мимики лица, его жестах и позах.

Ещё одним важным и, так скажем, ключевым элементом имиджа телеведущего является его речь. Как уже отмечалось выше, телевидение сегодня - это важная часть индустрии развлечений. Телепередача достигнет успеха лишь в том случае, если она будет опираться на эмоционально-окрашенный диалог с аудиторией, на наличие обратной связи со зрителями. Ведущий, который наделен мастерством импровизации, юмора, умением интересной подачи факта или утверждения, всегда будет интересен людям, а его программа - популярной. Именно ведущий придает особый смысл событиям. От него зависит, как воспримет аудитория ту или иную информацию.

Таким образом, речевой аспект в имидже телевизионного ведущего играет весьма важную роль.

Говоря о речи телеведущего, мы можем заметить, что телевыступление тесно связано с понятием «ораторское искусство». Именно оратор, владея профессиональными навыками и приёмами речевого мастерства, призван не только возбуждать мысли, но и волновать эмоциональную сферу человека. «Публичная речь воздействует одновременно на сознание и чувства, т.е. на рациональную и эмоциональную сферы, которые тесно взаимосвязаны. Вот почему мастерство оратора предполагает умелое использование двух форм мышления: логического, присущего науке, и образного, свойственного искусству» [4; с. 6].

В связи с этим, речь коммуникатора должна отличаться эмоциональностью и живостью, а такие важные качества как острота ума, голос, манера правильно излагать мысли являются неотъемлемыми характеристиками оратора.

Как известно, любое телевизионное выступление предполагает диалог ведущего с аудиторией. Информацию, которую получает телезритель, была сначала обработана самим автором текста, режиссером передачи, оператором и

другими специалистами. Несомненно, что ведущей фигурой в передаче сообщения является телеведущий.

«Эфирный текст отличается от газетной информации. В нем должен присутствовать автор, должно чувствоваться «живое» слово. Кроме того, эфирный текст отличается своей подвижностью, он может меняться во время прямого эфира. И главная задача ведущего - вдохнуть в этот текст жизнь», - говорит в своей работе М. А. Бачина, член Академии Российского телевидения [13]. Ведущий наполняет монотонную речь подвижностью, яркостью и динамичностью. Это своеобразный актёр-исполнитель и импровизатор. Его задача - создать ощущение разговора с целевой аудиторией, спровоцировать и поддержать интерес зрителя к телепрограмме. При помощи аудиовизуальных средств аудитория должна ощущать собственную включенность в происходящее, в следствие чего ведущий становится не просто рассказчиком. Он является объектом и соучастником события.

Р. Кембелл выделяет следующие требования к речи первого лица телепередачи:

- дикция должна быть четкой, ясной, без дефектов.
- тембр голоса должен быть не слишком высоким и не слишком басовым.
- в голосе должна быть определенная индивидуальность, его узнаваемость.
- темп речи должен быть не слишком быстрым и не слишком медленным, информация должна поступать быстро и четко, но так чтобы зритель успевал переваривать все, что до него доносит журналист [6; с. 3].

Кроме того, для зрительской аудитории важно, чтобы телевизионный ведущий представлял собой человека образованного, здраво мыслящего и имеющего достаточно четкую собственную позицию. Мастерство «хозяина программы» заключается в умении увлечь зрителя неожиданными и непредсказуемыми сюжетами и фактами. Он должен уметь импровизировать и артистично обыгрывать тему передачи. Его главными помощниками в

достижении успеха и популярности на современном телевидении становятся находчивость, быстрая реакция, а также искренность и правдоподобное увлечение сутью и ходом телепередачи.

Таким образом, роль телевизионного ведущего на современном телевидении достаточно велика. Он, представляя собой первое лицо эфирной коммуникации, становится тем человеком, которого оценивает целевая аудитория. Именно имидж телеведущего является, можно сказать, залогом эффективности, популярности и успеха телепрограммы.

2 Анализ имиджа телевизионных ведущих Максима Галкина, Андрея Малахова и Екатерины Андреевой

2.3 Анализ имиджа телевизионного ведущего Галкина Максима Александровича

Как уже отмечалось, в современном мире телевидение играет серьезную роль в формировании вкусов, моды, поведения и настроений в обществе. «Телевидение с его ток-шоу, новостями и спортивными репортажами,

мыльными операми и боевиками превратилось для современного человека в рассказчика-балагура и клоуна. Но также - и в культовое средоточие жизни, задающее ритм дня, представляющее шаблоны для практической жизни...» [1; с. 89]. Оно является главным проводником новостей и событий, происходящих в мире, а его развлекательная функция становится чуть ли не важнейшей из всех характеристик телевизионного пространства. Согласно этому, значимость правильного построения положительного имиджа телевизионного ведущего в настоящее время все более возрастает.

В качестве примера по данной теме хотелось бы обозначить имидж телеведущего ток-шоу «Лучше всех» Максима Галкина, имидж Андрея Малахова, ведущего программы «Пусть говорят», а также имидж Екатерины Андреевой, ведущей программы «Новости».

Всем известно, что Максим Александрович Галкин - это российский артист, певец, юморист, а также телеведущий. Родился Максим Александрович 18 июня 1976 года в Московской области. Окончив Российский государственный гуманитарный университет в 1998 году, он начинает принимать участие в различных спектаклях, театральных конкурсах и программах.

В апреле 2001 года Галкин получил премию «Золотой Остап» в Санкт-Петербурге. В июле 2001 года на фестивале «Славянский базар в Витебске» состоялся первый сольный концерт Галкина. Его актерская и музыкальная деятельность становится все более известной и популярной.

В начале 2000-х годов М. Галкин является ведущим телевикторины «Кто хочет стать миллионером?». Немного позже он начинает вести шоу «Танцы со звездами», «Звездный лед», «Добрый вечер с Максимом», «Лучше всех!» и многое другое.

Важно отметить, что образ самого ведущего постепенно менялся в течение этого времени. В первую очередь, изменения касаются внешнего вида Галкина. В середине 2000-х годов мы можем видеть его с аккуратно уложенными длинными волосами, в рубашке, неофициальном пиджаке и, как ни странно, в модных рваных штанах. Далее Максим Александрович

значительно меняет свой внешний вид, незаменимыми элементами которого становятся короткая стрижка, цветные рубашки и галстуки. В настоящее время образ известного телеведущего представляется нам в виде модной прически с прямыми волосами и полуофициального костюма.

Еще одним неизменным и, на наш взгляд, важным атрибутом внешнего имиджа Максима Галкина является его улыбка. На всех фотографиях, телепрограммах, выступлениях этот человек дополняет свой безупречный внешний облик яркой белоснежной улыбкой, которая создает в сознании аудитории образ открытого, позитивного и всегда радостного человека.

Как уже говорилось в данной работе, существует несколько основных качеств внешности любого телеведущего. На наш взгляд, следует рассмотреть их с точки зрения имиджа Максима Галкина.

- Здоровый вид.

Во всех телепрограммах Максим Галкин выглядит здоровым и молодым. Мы никогда не увидим его уставшим в эфире. Он излучает здоровье, оптимизм и активный образ жизни.

- Гармония черт лица.

У Максима Галкина приятные черты лица. Мы думаем, что его вполне можно назвать красивым человеком.

- Красивые волосы.

Причёска ведущего подчеркивает его образ, дополняет его. Волосы всегда аккуратно уложены.

- Стройная и пропорциональная фигура.

Фигура телеведущего пропорциональна. На Максима Галкина приятно смотреть.

- Белые и ровные зубы.

Красивая улыбка ведущего дополняет его образ. Учитывая то, что Галкин является юмористом, белые и ровные зубы становятся незаменимым атрибутом его внешности.

- Приятно звучащий голос.

Тембр его голоса обладает пластичностью и гибкостью, четко передавать эмоциональное состояние коммуникатора.

- Выразительность жестов.

Жесты Максима Галкина многочисленны и выразительны.

- Живой ум.

Импровизация, актерское мастерство, юмор демонстрируют живую и яркую натуру ведущего.

- Доверительность.

Ведущий демонстрирует свое искреннее отношение к происходящему. Он проявляет настоящий неподдельный интерес к предмету разговора.

Однако внешние данные не всегда и не во всех случаях могут быть достаточны для формирования положительного имиджа первого лица телепрограммы. Безусловно, это желательный компонент имиджа, но не решающий. Шепель В.М. говорит, что имидж - это собирательное понятие. Это - облик, то есть та форма жизнепроявления человека, благодаря которой на люди выставляются наисильнейшие личностно-деловые качества. Среди них приоритетными следует признать воспитанность, эрудицию, профессионализм. Вот те три кита, на которых надежно держится имидж конкретной личности [10; с. 194].

Действительно, одних внешних качеств недостаточно для построения успешного имиджа телеведущего. Применительно к образу Максима Галкина, приятный вид и красивые черты лица лишь дополняют его внутренние качества. Видно, что этот человек - мастер своего дела. У него отлично получается шуточно обыгрывать ситуацию, подстраиваться под самую непредсказуемую ситуацию и оригинально импровизировать на сцене. Многие из его поклонников утверждают, что он «хорошо выглядит. Но гораздо важнее, что он интеллигентный, умный и талантливый человек» [14].

Хотелось бы более глубоко проанализировать образ Максима Александровича на примере известной телепрограммы Первого канала «Лучше всех!».

«Лучше всех!» - это новый детский проект, в котором принимают участие дети от трех до двенадцати лет. Главным условием для того, чтобы ребенок попал на проект, является наличие удивительных способностей, навыков и таланта. Дети со всей страны встречаются в одном месте, чтобы доказать, что они действительно лучше всех. На наш взгляд, это отличная телепрограмма, посредством которой можно окунуться в мир детской непосредственности и увлекательной актерской игры ведущего.

Максим Галкин, чье имя автоматически ассоциируется с данной передачей, представляется нам живым, открытым и вполне искренним человеком, которому интересен ход проекта. Его образ в детском проекте «Лучше всех!» - это образ веселого, жизнерадостного наставника, при помощи которого дети демонстрируют свои таланты. Задача Максима Галкина ясно видна: общаться с ребенком во время эфира, побуждать его быть смелее и увереннее.

Всем известно, что работа с детьми достаточно трудна и непредсказуема. Можно научить малыша, что следует ответить на тот или иной вопрос или как отреагировать на то или иное действие со стороны ведущего. Однако складывается такое впечатление, что Галкин и ребенок как будто в первый раз встретились и никогда не общались. Основную роль в публичной коммуникации с юным дебютантом играет именно телевизионный коммуникатор. М.А. Галкин представляется нам человеком, посредством которого ребенок раскрывается, а его остроумные и оригинальные шутки заставляют смеяться не только деток, но и взрослых.

Важно добавить, что имидж Максима Александровича в данном проекте дополняет его искреннее участие и заинтересованность в том, что делают дети, как они отвечают или реагируют на все происходящее в программе. Его увлеченность проявляется прежде всего в манере общения и стиле поведения. Ему интересна каждая деталь и каждое слово, произнесенное малышом. Кажется, что он импровизирует на ходу, придумывая неординарные комментарии и юмористические добрые высказывания как в сторону детей, так и по отношению к родителям.

Во время выступления маленького участника, ведущий программы не просто становится сторонним наблюдателем или слушателем. Он сам активно участвует в представлении, то становясь на стульчик вместе с чтецом, то удерживая в руках молоток на пару с девочкой-кузнецом. На проекте «Лучше всех!» мы можем увидеть Галкина в костюме зайца, в фартуке и других многочисленных элементах выступления детей. Приведенный факт говорит о том, что телеведущий сам активно участвует в программе, тем самым демонстрируя зрителю настоящий интерес и сопричастность к происходящему.

Также интересно заметить то, как реагирует общественность на детский телепроект «Лучше всех!» и на его телеведущего. Многочисленные отзывы были оставлены на сайте Первого канала [15]. Анализируя их, мы сделали следующий вывод: в целом, целевой аудитории нравится передача. По их мнению, детский проект украшает воскресный вечерний эфир Первого канала. «Лучше всех!» - это добрая, светлая и искренняя телепередача, где все участники значимы и важны. Особое место в комментариях зрителей занимает образ телеведущего. Они считают, что Максим Галкин - талантливый, интеллигентный и остроумный. Он органично подходит под роль телеведущего, который способен раскрыть и поддержать ребенка. Один человек даже посвятил стихотворение Максиму Александровичу, в котором говорится о том, что ведущий находчив, смел, ловок и умел. Для него каждый участник - это герой, с которым нужно общаться на равных [15].

Таким образом, целевая аудитория видит в этом человеке только позитив, открытость и живой ум. По мнению многих телезрителей, он оживляет телепередачу, человек как будто сам становится непосредственным участником шоу. Многие из них с нетерпением ждут воскресного вечера, чтобы еще раз очутиться в волшебном мире детской простоты и свободы.

Итак, на основании вышесказанного, можно сделать вывод, что Максим Александрович Галкин является не только талантливым певцом, юмористом и пародистом. То впечатление, которое производит в сознании людей его имидж, говорит о том, что этот человек - талантливый телеведущий. Внешний и

внутренний имидж М. Галкина свидетельствует о его мастерстве в системе телевизионного дела.

На современном телевидении Максим Александрович представляется телезрителям активным, жизнерадостным человеком. Его внешний вид достаточно прост, но в то же время элегантен и аккуратен. Харизма, наличие удачных и уместных шуток, живость ума, импровизация, искреннее участие в процессе программы – неотъемлемые составляющие эфирного имиджа Галкина.

На примере детского телепроекта «Лучше всех!» мы думаем, что в сознании целевой аудитории сложился положительный образ Максима Галкина, как энергичного, доброго и веселого наставника и собеседника.

2.2 Анализ имиджа телевизионного ведущего Малахова Андрея Николаевича

Андрей Николаевич Малахов - российский тележурналист, шоумен и ведущий программ студии специальных проектов ОАО «Первый канал», главный редактор журнала «StarHit» и преподаватель курсов журналистики в РГГУ. В настоящее время ведёт телепередачи «Пусть говорят» и «Сегодня вечером».

Родился Андрей Николаевич 11 января 1972 года в Мурманской области. В 1995 году он окончил с красным дипломом факультет журналистики МГУ имени Ломоносова. Немного позже Малахов получает диплом об окончании юридического факультета Российского государственного гуманитарного университета.

Его работа на телевидении началась в 1992 году, когда он начинает делать сюжеты для программы «Воскресенье с Сергеем Алексеевым» и озвучивать авторские тексты для рубрики «Погода на планете». В последующее время Малахов становится ведущим многочисленных телепередач: «Доброе утро», «Большая стирка», «Золотой граммофон», «Малахов + Малахов» и т.д. С 30 августа 2005 года по настоящее время он является ведущим известной телепередачи «Пусть говорят».

Внешний вид телеведущего, можно сказать, не подвергался сильным изменениям в течение его работы на телевидении. В начале 2000-х годов Андрей Малахов носил короткую стрижку. Во время того, когда по телевидению транслировалось шоу «Большая стирка», мы можем заметить спортивный стиль одежды в образе телевизионного коммуникатора: футболки, спортивная рубашка, дизайнерский шарф и т.д. Тогда Андрей Николаевич комментировал свой внешний вид следующим образом: «Он молодежный, спортивно-деловой. Трудно сказать, буду я его менять или нет. Но оставаться все время одним и тем же скучно и неинтересно. Пропадает интрига самой передачи, ее ведения» [16].

Сейчас же мы можем наблюдать длинные аккуратно уложенные прямые волосы, официальный пиджак, галстук и классическую рубашку. Неизменным в стиле Андрея Малахова остаются очки, которые дополняют образ коммуникатора с начала его появления на российском телевидении.

Сейчас хотелось бы проанализировать имидж Андрея Николаевича Малахова на основе основных характеристик внешности любого телеведущего.

- Здоровый вид.

Можно заметить, что у телеведущего всегда здоровый внешний вид. Известно, что Малахов посещает спортивный зал не менее четырех раз в неделю и ведет здоровый образ жизни, о чем он говорит в одном из интервью журналу *Bellissimo*: «Я выхожу в свет три-четыре раза в неделю, но, если это не оплаченное появление, остаюсь минут на двадцать, оцениваю обстановку, узнаю две-три истории и покидаю мероприятие. Я не употребляю алкоголь, после шести ничего не ем, поэтому вообще теряется смысл моего нахождения на вечеринках» [17].

- Гармония черт лица.

У Андрея Малахова приятные черты лица. Мы думаем, что его вполне можно назвать красивым человеком.

- Красивые волосы.

Прическа ведущего подчеркивает его образ, дополняет его. Волосы всегда аккуратно уложены.

- Стройная и пропорциональная фигура.

Учитывая тот факт, что ведущий занимается спортом и придерживается здорового образа жизни, можно сказать, что фигура телеведущего пропорциональна и стройна.

- Белые и ровные зубы.

У Малахова белые ровные зубы, а улыбка приятна и красива. Однако увидеть ее можно далеко не на всех эфирных выступлениях ведущего.

- Приятно звучащий голос.

На наш взгляд, голос Андрея Николаевича не несет в себе каких-либо примечательных признаков.

- Выразительность жестов.

Жесты А.Н. Малахова не многочисленны. Очень редко можно заметить наличие выразительной мимики и жестикуляции во время его выступления.

- Живой ум.

Тяжело сказать, что во время телепрограммы Малахов демонстрирует живость ума или импровизацию, так как основной темой его ток-шоу являются серьезные социальные проблемы. Здесь он выполняет функцию руководства и контроля за ходом программы.

- Доверительность.

Ведущий демонстрирует свое искреннее отношение к происходящему. Он проявляет настоящий неподдельный интерес к предмету разговора.

Более глубоко проанализировать имидж Андрея Николаевича Малахова можно на примере передачи «Пусть говорят», которая является одной из популярнейших программ современного телевидения.

«...ток-шоу подразумевает активное участие в дискуссии зрителей в студии... «Пусть говорят» с Андреем Малаховым ближе к данному определению, так как на протяжении всей программы люди в студии могут высказываться и спорить с героями программы» [5; с. 243].

«Пусть говорят» - это российское ток-шоу с Андреем Малаховым, которое транслируется каждый вечер по Первому каналу. Данная передача акцентирует свое внимание в основном на негативных частных историях,

связанных с жестокостью и скандалами. Однако некоторые выпуски носят развлекательный характер. Примером этого могут являться спецвыпуски с участием телевизионных звезд; обсуждение тем, связанных с Евровидением или проведением Зимних Олимпийских игр в Сочи и т.д.

Следует сказать, что «Пусть говорят» - это подобие развлекательного американского телешоу для домохозяек «Шоу Джерри Спрингера». В связи с этим, сама суть программы полностью американизирована и носит заимствованный характер.

По некоторым данным, рейтинг популярности данной телепрограммы достаточно велик [18]. В чем же причина такой популярности среди населения, казалось бы, такого типичного для современного общества ток-шоу? Очевидно, что узнаваемость и популярность телевизионной передачи во многом зависит от образа коммуникатора.

Как уже говорилось ранее, имидж телеведущего есть ничто иное как тщательно спланированная модель поведения публичной персоны. Таким образом, на экране мы видим не самого человека, а его «амплуа», или роль, которой ему необходимо придерживаться.

Итак, говоря об имидже Андрея Малахова, следует подчеркнуть несколько важных особенностей его образа в телепередаче «Пусть говорят».

Во-первых, визуальные характеристики коммуникатора несут в себе образ интеллигентного, образованного мужчины. Ухоженное лицо, аккуратная прическа, атлетическое телосложение, стильная, но в то же время строгая одежда, очки - все это элементы внешнего имиджа ведущего.

Также следует обратить внимание на визуальный возраст Андрея Николаевича. На телевидении Малахов позиционирует себя как человек в возрасте до 40 лет, хотя на самом деле его реальный возраст составляет 45 лет. Данный факт однозначно оказывает влияние на восприятие аудитории.

Еще одно немаловажное наблюдение касается профессии телевизионного коммуникатора. На первый взгляд, кажется, что А. Малахов выступает исключительно в роли телеведущего. Он представляется нам как нейтральное лицо, контролирующее процесс обсуждения проблемы. Такая позиция

приближает его к целевой аудитории, показывая, что он такой же сторонний наблюдатель, который может высказывать свое мнение по заявленной теме.

Во-вторых, его личностные характеристики в первую очередь касаются интеллекта или живости ума. Как известно, Андрей Николаевич имеет два высших образования и является преподавателем в Российском государственном гуманитарном университете. Тем не менее, в эфире он открыто не демонстрирует свой уровень знаний и интеллекта, тем самым становясь на одну ступень со зрителями.

Несмотря на то, что ведущий старается воздерживаться от высказывания своего мнения, в его репликах мы можем услышать оценочные характеристики по отношению к определённым ситуациям и участникам.

Эмоциональный фон передачи «Пусть говорят» весьма высокий. Это обуславливается не только напряжением в процессе обсуждения спорной темы, но и реакцией ведущего. С одной стороны, А. Малахов своим поведением подсказывает общественности, как на ситуацию можно и нужно реагировать, а с другой, он демонстрирует близость к аудитории, естественность и открытость.

Речевые особенности Малахова в ток-шоу в общем ничем не примечательны. Телеведущий говорит на языке народа: просто, понятно и немногословно. В виду того, что он выполняет по большей мере управленческие функции, сложно проследить и оценить речевой портрет представленного коммуникатора.

Таким образом, имидж Андрея Малахова за пределами телепередачи «Пусть говорят» несколько отличается. В программе перед нами предстает немногословный человек, который лишь координирует действия главных участников и экспертов. Он не демонстрирует аудитории уровень своих знаний и образованности, трудно понять, какого мнения придерживается коммуникатор. Тем самым он занимает позицию наблюдателя, который в своей простоте и непринужденности персонифицируется с общей массой. Именно поэтому в сознании общества складывается образ друга, который искренне заинтересован в ходе программы.

Если же говорить об имидже Андрея Николаевича вне ток-шоу «Пусть говорят», то общественность может увидеть образ человека, придерживающегося активной жизненной позиции, здорового образа жизни, добродушного и открытого.

2.3 Анализ имиджа телевизионной ведущей Андреевой Екатерины Сергеевны

Отметим, что существуют две формы выступления на телевидении: монолог и диалог. Ранее мы затрагивали особенности образа телеведущего диалогической формы общения с аудиторией. В данной же главе хотелось бы поговорить о специфике ведения программы такого телевизионного выступления, как монолог.

Ярким примером данного типа выступления является программа «Время» на Первом канале. Информационная программа «Время» впервые вышла в эфир 1 января 1968 года. Ее создателем по праву считается главный редактор Главной редакции информации Центрального телевидения СССР Юрий Летунов [7; с. 148].

Как известно, в приведенной телепрограмме работает множество ведущих, однако сейчас мы решили проанализировать имидж телевизионной ведущей Андреевой Екатерины Сергеевны.

Екатерина Андреева родилась 27 ноября 1961 года в Москве. В 1990 году окончила Московский педагогический институт имени Крупской, училась на вечернем отделении Всесоюзного юридического заочного института (ВЮЗИ). Работала референтом в Генеральной прокуратуре в отделе делопроизводства следственного управления.

В 1990 году поступила на Всесоюзные курсы повышения квалификации для работников радио и телевидения (ВИПК при Гостелерадио СССР). В «школе дикторов» училась у Игоря Кириллова.

В 1991 году начала работать на телевидении. Была диктором Центрального телевидения и телекомпании «Останкино», ведущей программы «Доброе утро». С декабря 1998 года - постоянная ведущая программы «Время»

телекомпании «ОРТ» (сейчас «Первый канал»). На место постоянной ведущей её назначил главный продюсер Дирекции информационных программ и директор информационной службы ОРТ Сергей Доренко. По результатам проведённого в сети Интернет опроса в 1999 году была признана самой красивой ведущей телевидения в России; «за большой вклад в развитие отечественного телерадиовещания и многолетнюю плодотворную работу» награждена орденом Дружбы.

Екатерину Андрееву можно увидеть на экранах и в качестве киноактрисы. Первый фильм с ее участием вышел в 1990 году. Он назывался «Неизвестные страницы из жизни разведчика». Спустя год ведущая сыграла в картине «Исчадь ада», а в 1999 году стала актрисой фильма «В зеркале Венеры».

Стоит отметить, что Екатерина Андреева сумела построить карьеру, не жертвуя личной жизнью. Сейчас она второй раз замужем за бизнесменом Душко Перовичем, черногорцем по национальности. Пара поженилась в 1989 году. Известно, что ее супруг Душан увидел ее впервые по телевизору, разыскал через знакомых журналистов. Три года молодой человек ухаживал за возлюбленной. В течение этого времени он усиленно учил русский язык, при знакомстве с Екатериной он знал буквально десять слов на русском.

На современном телевидении личность Екатерины Сергеевны известна каждому. Ее популярность и узнаваемость обусловлены грамотным построением имиджа ведущей, неизменностью внешнего вида и умелыми навыками ведения телевизионных новостей. По результатам Интернет-опроса, проведенного в 1999 году, Екатерина Сергеевна названа самой красивой телеведущей России.

Сама же телеведущая говорит о себе: «Я оптимист по натуре, к людям отношусь благожелательно; я не завистливая, не мстительная. Люблю детей, люблю людей, которые меня окружают. Это душевное спокойствие дает мне равновесие. Ну и, конечно же, правильное питание, занятия спортом. Естественно, я хожу к косметологу на процедуры, пользуюсь качественной косметикой и стараюсь на ней не экономить. Не ем жирного, сладкого, не пью

алкоголь. Но, прежде всего, секрет моей красоты - это доброе отношение к миру. Потому что только это дает здоровье» [17].

Андреева считает, что все, чего она достигла в жизни и в карьере - это плод собственных усилий. Она увлекается историей, искусством, и много времени отдает тренажерному залу.

Внешний вид ведущей «Новостей» всегда классический и строгий. Она носит классические юбки, блузки, пиджаки.

Сейчас хотелось бы проанализировать имидж Екатерины Сергеевны Андреевой на основе основных характеристик внешности любого телеведущего.

- Здоровый вид.

Можно заметить, что у телеведущей всегда здоровый внешний вид. Известно, что Андреева посещает спортивный зал и ведет здоровый образ жизни, а также она придерживается правильного питания.

- Гармония черт лица.

У Екатерины Сергеевны приятные и пропорциональные черты лица.

- Красивые волосы.

Причёска ведущей подчеркивает его образ, дополняет его. Волосы всегда аккуратно уложены.

- Стройная и пропорциональная фигура.

Учитывая тот факт, что ведущая занимается спортом и придерживается здорового образа жизни, можно сказать, что фигура телеведущего пропорциональна и стройна.

- Белые и ровные зубы.

У телеведущей красивая улыбка и ровные белые зубы, что видно на многочисленных фотографиях. Ввиду того, что Андреева ведет новостную программу, сложно заметить ее с улыбкой в кадре. Чаще всего телеведущая принимает серьезней вид, т.к. ее работа заключается в освещении новостной информации и донесении ее людям.

- Приятно звучащий голос.

На наш взгляд, голос Екатерины Сергеевны имеет приятно-звучающий тембр, что играет огромную роль в ее профессии.

- Выразительность жестов.

Жесты Е. С. Андреевой не многочисленны. Очень редко можно заметить наличие выразительной мимики и жестикуляции во время ее выступления.

- Живой ум.

Тяжело сказать, что во время телепрограммы Андреева демонстрирует живость ума или импровизацию, так как основной темой программы «Новости» является передача новостной информации зрителям. Здесь она выступает посредником между самим источником новостей и целевой аудиторией.

- Доверительность.

Данный критерий никак не проявляется в процессе выступления телеведущей, которая освещает значимые события, происходящие в мире и обществе.

Хотелось бы обратить внимание на то, как относятся к образу ведущей непосредственно телезрители. Можно сказать, что в сознании целевой аудитории складывается образ женщины, которая уделяет много внимания и времени своей внешности. Общественность удивляется, как ведущей удается оставаться молодой и красивой вот на протяжении уже 19 лет. Однако некоторые из зрителей утверждают, что определенные изменения во внешнем виде Андреевой, в частности, стиле одежды и прически, не навредят ее образу, а наоборот улучшат его.

Тем не менее, имидж телеведущей в представлении людей складывается положительный. Приятно слышать тембр ее голоса, правильное произношение слов. Она примечательна четкостью речи и выразительностью обращения. Внешний вид соответствует роду ее деятельности и дополняет образ ведущей в целом. Стиль одежды, прическа, макияж - все подбирает Екатерина Сергеевна самостоятельно. И в то же время она считается одной из самых стильных ведущих российского телевидения.

На протяжении многих лет мы видим Е. Андрееву в роли ведущей программы «Новости» на Первом канале. Такая долговременность пребывания

ее в эфире создает образ близкого, родного человека, к которому привыкли телезрители. Таким образом, массовая аудитория подсознательно персонифицирует «Новости» с Екатериной Сергеевной, которая стала за это время первым лицом не только данной программы, но и всего канала.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что сегодня все телезрители страны знают Екатерину Андрееву как одну из самых профессиональных и привлекательных ведущих информационной программы «Время».

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На основании проведенной работы можно выделить следующие выводы.

В настоящее время имидж телевизионного ведущего приобретает все более важное значение. В условиях совершенствования средств массовой коммуникации современное телевидение нуждается в создании положительного образа не только телевизионных каналов и передач, но и телеведущих. От прочного позитивного имиджа телеведущего зависят его положение на телевидении и узнаваемость среди целевой аудитории, закрепление его отличительных признаков в числе аналогичных телевизионных коммуникаторов. Безусловно, одним из важных элементов формирования имиджа телепередачи или канала является имидж ведущего.

Ведущий является лицом всей программы. Каждый день ему необходимо правильно представлять себя в СМИ, на телевидении, в обществе. От внешнего вида, эрудиции, жизненной позиции зависит успех в его телевизионной карьере. Ввиду того, что в настоящее время на смену телевидению приходит

Всемирная Сеть Интернет, очень важно суметь сохранить заинтересованность у телезрителей в использовании телепрограмм. И в этом немаловажную роль играет именно образ телеведущего, который представляет собой «зеркало», отражающее то, чем живет сегодня телевидение. Поэтому телевизионному ведущему важно создать и сохранить положительный имидж среди целевой аудитории.

Серьезную значимость в формировании имиджа современного телевизионного ведущего занимает его внешний вид. Стиль одежды, прическа, опрятность, ухоженность, аккуратность, жесты, мимика, тембр голоса и даже ровные белые зубы - все это неотъемлемые элементы внешнего образа ведущего.

Исследуя данный вопрос, мы пришли к выводу, что еще одной из самых важных составляющих имиджа первого лица программы является его публичная деятельность и жизненная позиция, что хорошо освещается в СМИ. Мы полагаем, что данные аспекты имиджа телеведущего привлекают большую массу людей, помогают сформировать представление о публичном человеке.

Таким образом, от того, какое мнение сложится у общественности о телеведущем, зависит не только личный успех, но и успех телепрограммы и современного телевидения.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

Книжные издания:

1. Neverla Irine. Zuschauer zwischen Zeitkalel und Zeitvertreib. Eine Untersuchung zur Fernsehnutzung.- Munchen 1992. Цит. По: Пацлаф Р. Застывший взгляд.- М., 2003.- С. 89.
2. Богданов Е.Н., Зазыкин В.Г. Психологические основы паблик рилейшнз.- М.:Питер, 2003. С. 36.
3. Браун Л. Имидж- путь к успеху.- М., 2001. С. 20.
4. Гаймакова Б.Д., Макарова С.К., Новикова В.И., Оссовская М.П.- М.: Аспект Пресс, 2004.- С. 6.
5. Зверева Н. В. Школа тележурналиста. - Нижний Новгород: Издательский Дом Минакова, 2009. – С. 243.
6. Кембелл Р. Организация работы отдела новостей. - М, 1999,- С. 3.
7. Максимов А.М. Профессия - тележурналист. Учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности

- «Журналистика». - М.: Издательский дом «Калиновый Бульвар», 2011. – С. 148.
8. Наумова С. А. Имиджелогия: Учеб. пособие / Том. политехн. ун-т. - Томск, 2004. С. 8.
 9. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика: Учеб.пособие.- 2-е изд.,испр. и доп.- М.: Дело, 2004. С. 99.
 - 10.Шепель В.М. Имеджелогия. Как нравится людям/В.М.Шепель. - М.: Народное образование, 2002. - С. 109.

Электронные издания:

- 11.URL <http://www.dslib.net/zhurnalistika/jekrannyj-obraz-televizionnogo-zhurnalista.html> (дата обращения 13.04.17)
- 12.URL <https://www.teatr-benefis.ru/staty/drugoe/neverbalnye-obshhenie/> (дата обращения 13.04.17)
- 13.URL <http://dedovkgu.narod.ru/bib/bachina.htm> (дата обращения 18.04.17)
- 14.URL <http://ura-inform.com/ru/culture/2016/10/23/maksim-galkin-izmenil-vneshnij-vid-mnenija-poklonnikov-razdelilis-foto> (дата обращения 19.04.17)
- 15.URL <http://www.1tv.ru/shows/luchshie-deti-strany-obedinyaytes/mneniya> (дата обращения 20.04.17)
- 16.URL <http://sveta-go.narod.ru/work.html> (дата обращения 20.04.17)
- 17.URL http://www.vokrug.tv/person/show/andrey_malahov/ (дата обращения 20.04.17)
- 18.URL <http://mic.org.ru/6-nomer-2013/211-metody-vozdjstviya-na-auditoriyu-v-programme-andreya-malakhova-pust-govoryat> (дата обращения 20.04.17)