

Лісова Сніжана Володимирівна  
Національний університет "Острозька академія"

## ІМІДЖЕВА СТРАТЕГІЯ ВЕДУЧОЇ УКРАЇНСЬКИХ ТЕЛЕВІЗІЙНИХ НОВИН

*У статті аналізуються загальні критерії побудови іміджу ведучої на прикладі телеведучої «ТСН» Наталії Мосейчук.*

*В статье анализируются общие критерии построения имиджа ведущей на примере телеведущей «ТСН» Натальи Мосейчук.*

*The article analyzes the general criteria of image building on the example of leading presenter "TSN" Natalia Moseychu.*

Аналізуючи творчі та виробничі аспекти професійної діяльності телевізійної ведучої в інформаційному типі мовлення, варто зосередити увагу на специфіці творення телевізійного образу екранного персонажа, іміджевій характеристиці екранного комунікатора, іміджевій стратегії екранного продукту.

**Актуальність** статті зумовлена тим, що постать телеведучої прямо чи опосередковано впливає на реципієнта, а глядач споживає ту інформацію, яку подає телеведуча. Тому журналістів-початківців та медіа-фахівців цікавлять основні аспекти іміджу телеведучої як чинника модифікації глядацької думки.

**Історія дослідження питання.** Поняття «імідж» було введено у науковий обіг американським економістом К. Е. Болдуїнгом у 60-х рр. ХХ ст. Завдяки роботам російського вченого В. М. Шепеля у 90-і рр. ХХ ст. почався розвиток іміджології як самостійної науково-прикладної галузі.

Основні аспекти образу ведучої, які творять її імідж, а також забезпечують максимальну ефективність телевізійної комунікації, досліджені

М.Ю. Андрющенко, М. Ю. Іванченко та Т. М. Шальманом. Загальні засади побудови позитивного іміджу особистості були вивчені Г. Г. Почепцовим.

Теоретичну основу статті складають праці І. К. Беляєва, Г.В. Кузнецова, Л.В. Матвеевої, присвячені розгляду телевізійних програм та постаті ведучих.

**Метою статті** є аналіз іміджевих аспектів екранного образу ведучої «ТСН»Наталії Мосейчук (1+1).

**Виклад основного матеріалу.** Іміджева стратегія телепрограми містить не лише контент і його технічне втілення, а й образ телевізійної ведучої, причому цей аспект є вкрай важливий для успішної реалізації задуму. Оскільки ведуча перебуває на перетині різноманітних інтересів, то має володіти такими рисами, які вирізняли б її самобутню й неповторну індивідуальність, або іншими словами – іміджем.

У сучасному журналістикознавстві існує багато дефініцій поняття «імідж».

Дослідник В. Шепель вважає, що імідж слід розуміти як певне візуальне враження про людину, а фахівець з іміджу Л. Браун упевнена, що думка про людину формується як зорова уява протягом перших митей знайомства та розмови, оскільки зовнішність, голос і комунікабельність — важливі компоненти образу.

Імідж – результат та конкретна форма відображення предметів і явищ у світосприйнятті людини, тобто відчуття, уявлення, поняття, які на основі цього формуються, та сформульовані висновки. Виходячи з цього, можна стверджувати, що кожному об'єкту притаманний певний імідж, «забарвленість», «упізнаваність». Навіть його відсутність, вважає проф. Г. Г. Почепцов, – також імідж [7, с. 22].

За словами науковця Юрія Єлісєєва, «імідж – це сукупність соціальних оцінок і вражень, викликаних учинками і висловами, характером і діями, якостями і вадами, а також способами життя і діяльності, їх результатами та іншими, у тому числі іманентними, характеристиками окремих людей,

колективів, соціальних груп, націй, народів...». Як бачимо, ціннісними характеристиками, а точніше засобами створення іміджу пан Єлісовенко називає:

- учинки;
- дії;
- спосіб життя;
- якості;
- вади [5].

Тобто імідж журналіста-телевізійника важливо прогнозувати з огляду на індивідуальну зовнішність, особисті якості та способу поведінки себе у кадрі.

Вчений П. Гуревич наголошує на «ефекті особистості», екранній привабливості телевізійного співрозмовника, адже телеперсонаж має бути «особистістю, здатною звести поодинокі блимання кадрів, уривків фраз у щось єдине, цілеспрямоване, осмислене» [2, 133].

Удало створений імідж базується на гармонійному поєднанні природних даних персонажа та сподіваних екранних рис. У даному випадку мається на увазі довершений образ, а отже й про мінімальне втручання у сферу особистісного.

На сучасному телебаченні спостерігається тенденція до створення образу ведучої в контексті іміджу телеканалу. Це стосується таких каналів, як «1+1», «ICTV», «Перший національний», «Новий канал», «СТБ» тощо.

Імідж телеведучої залежить від багатьох чинників, які впливають як на загальне сприйняття глядачем ведучої в кадрі, так і на дієвість його повідомлення. Тому, ведуча повинна априорі вміти передати відчуття, що вона знає і розуміє інформацію, яку повідомляє. Вона разом зі своїм глядачем переживає події, які відбуваються. Телеглядачі не стільки слухають мову телеведучої, скільки читають на її обличчі народження думок, вони стежать за емоціями, жестами, за інтонацією його голосу.

За словами І. Беляєва, до основних якостей, якими має володіти телеведучий, належать:

- привітна зовнішність – хоча варто пам'ятати, що красиво для одного глядача, іншому неприємно;
- голос і мова – ведучому потрібен хороший, поставлений голос, і говорити він повинен правильно;
- освіта і життєвий досвід – здобуті знання від досвіду такі ж важливі, як і спеціальні;
- уява – ведучий має чітко уявляти, начебто бачити аудиторію, яка перебуває поза межами студії;
- скромність, що ґрунтується на вірі в себе – істинна довіра глядачів виникає тоді, коли ведучий наділений талантом, досвідом і знаннями;
- щирість і почуття гумору, розум і винахідливість [1, с. 39].

За роки існування телебачення створено образ «ідеальної ведучої»: співчутлива, з аналітичним розумом, глибока, шаноблива, не авантюристка, принципова, працює для інших, відчуває настрій інших. Мета ведучої – встановити контакт, але зробити це дуже тонко.

Отже, серед основних індивідуально-особистісних характеристик комунікатора можна виділити такі:

- 1) характеристики зовнішності – фізичні дані і оформлення зовнішнього вигляду;
- 2) комунікативні характеристики – тембр голосу, дикція, манера спілкування;
- 3) внутрішні, особисті характеристики – знання, інтелект, емоційність, моральні цінності.

Безперечно, з-поміж усіх вищеназваних чинників базовим в іміджотворенні на телебаченні є зовнішній вигляд. Для телеведучої вкрай необхідно бути ефектною і водночас ненав'язливою.

Іншими словами, ведуча має бути телегенічною. Обличчя й постава перед об'єктивом камери відіграють першорядну роль у створенні іміджу. При цьому необов'язково вродливі люди можуть бути телегенічними. Так зовні звичайна

особа перед камерою може справити добре враження, якщо володіє артистичністю [3].

Телеведуча, як і актор театру, має бути готова до творчості в будь-який момент і мати у собі необхідне для творчості «сценічне самопочуття».

Виділяють такі еталонні риси зовнішньої привабливості телеведучого:

- здоровий вигляд;
- правильні риси обличчя;
- гарне волосся;
- струнка і пропорційна фігура;
- білі й рівні зуби;
- приємний голос;
- виразність жестів;
- жвавий розум;
- довіра [4].

Здоровий вигляд – це одна з основних складових привабливого образу телеведучої. Її зовнішній вигляд повинен підкреслювати здоров'я й оптимізм комунікатора. Під час роботи телеведуча відчуває сильне емоційне напруження, а це позначається на її зовнішньому вигляді. Тому турбота про здоров'я – один з критеріїв успіху роботи на телеекрані.

Правильні риси обличчя. Цей критерій особливо важливий для ведучих теленовин. Адже поза телеведучої нерухома і глядачі звертають всю свою увагу на її обличчя. Ведучі новин часто працюють з камерою близького плану, а тому відповідні природні дані, професійна міміка та макіяж є невід'ємними елементами позитивного іміджу ведучої новин.

Ще одна обов'язкова складова іміджу телеведучої – гарна зачіска, яка має підкреслювати стиль ведучої та не відволікати глядачів.

Для ведучої теленовин струнка і пропорційна фігура відіграє також важливу роль. Глядач дуже легко помічає будь-які недоліки швидше, ніж позитиви. Тому підтягнута струнка фігура «працює» тільки на позитивний бік іміджу телеведучої, підкреслюючи її «ідеальний» образ для телеаудиторії.

Білі й рівні зуби є обов'язковою вимогою. Красива посмішка – запорука успіху на екрані. Українські телеканали здебільшого використовують закордонну телевізійну політику: «посмішка, посмішка й ще раз посмішка», де ведучий наближений до товариського стилю новин. Також не оминається поведінка «викликати довіру». Все це є професійною традиційною основою наших українських ефірів, де ця техніка поведінки використовуються як гарне поєднання обох течій (американських та британських), або ж окремого стилю.

Приємний голос. Голос грає найважливішу роль в іміджі телеведучої. Голос телеведучої повинен володіти приємним тембром, бути гнучким, пластичним, навантаженим емоційною теплотою.

Величезну кількість інформації телеаудиторія сприймає через жести ведучої. На думку В.М. Шепеля, імідж без виразної мови поглядів і мови жестів маловиразний. Жести і міміка дають досить наочну інформацію про людину, оскільки мають рефлекторну природу. Поза, жест і міміка є візуальними проявами почуттів і думок людей. «Мова тіла» як надійний сигнал внутрішніх процесів, допомагає викладати думки. Використання вказівних, описово-зображувальних жестів демонструє зацікавленість ведучої. За допомогою жестів він підтримує контакт з аудиторією [6].

Одним з провідних телеканалів України є телеканал «1+1». Творча команда «1+1» приділяє особливу увагу іміджам ведучих, тому навіть програми сприймаються через образи ведучих, що робить майже неможливим зміну ведучого без зміни формату передачі. Така актуалізація іміджу ведучих телеканалу є специфічною рисою загального іміджу «1+1».

Сьогодні «ТСН»- одна з небагатьох професійних інформаційних програм країни. Новини на каналі «1+1» політично акуратні й підкреслено благополучні, адже творці «ТСН» діють грамотно, чітко, не без смаку й логіки. Тому образ ведучих новин цілком відповідає концепції провідного телеканалу України.

Однією з ведучих інформаційних випусків новин є Наталія Мосейчук. Стиль, професіоналізм і виваженість у кожній інтонації зробили Наталю

Мосейчук однією з найкращих інформаційних ведучих на каналі «1+1». Вона відмінно тримається в кадрі, а всі її ефіри органічно вписуються в новинний формат.

Її імідж створений вrusлі журналістської моделі, яка передбачає всебічну авторську участь телеведучого. Глядачеві демонструється, що ведучий завжди в курсі подій, здатний об'єктивно та осмислено проінформувати аудиторію.

Вечірній випуск «ТСН» – інформаційно-насичена і тривала телепередача. Ефіри стабільно готуються на високому рівні, адже «ТСН» дивляться мільйони людей по всій Україні. Така робота вимагає неабияких професійних вмій та навичок як від усієї редакції телевізійної компанії, так і від ведучого, який є обличчям телеканалу та центральною постаттю новин.

Наталія Мосейчук – жінка середнього віку, спокійна та врівноважена, що позначається на її вмінні бездоганно триматися у кадрі. Імідж телеведучої професійно створений та продуманий. Щодо одягу, то найчастіше Наталія Мосейчук з'являється перед телекамерами у стильних блузах та жилетах. Вбрання стримане, але не строгого офіційно-ділового стилю, що дозволяє створити ефект «товаристського спілкування» з аудиторією. В одязі переважають чорні та білі кольори, які часто гармонійно поєднуються з відтінками рожевого, синього, коричневого. Така гама дозволяє додати позитивних візуальних ефектів ефіру та зацікавити глядача. Для створення повноцінного образу використовуються невеликі аксесуари, як от сережки, що підкреслюють стиль ведучої, але не привертають зайвої уваги.

Зовнішність Наталії Мосейчук приваблива, така, що запам'ятовується, хоча риси обличчя не ідеально-гармонійні. Контури обличчя не витончені, а навіть строгі – овальне лице, близько посаджені очі, тонкий ніс. У такому образі відчувається своерідна сила та витримка. Голос приємний, середньої висоти, помітне деяке «окання». У манері говорити мовні періоди доволі короткі, тобто зниження й підвищення тембру відбувається швидко; мовна мелодія має свій характерний темп.

Наталія Мосейчук ідеально вміє керувати своєю мімікою та жестами. Дуже часто можна помітити, що ведуча нахилиє голову вправо. На мові жестів це допомагає здобути прихильність, що в роботі з телеаудиторією є одним з найважливіших завдань. Ведуча професійно виявляє свої емоції перед телекамерою, показуючи тільки те, що вимагає від неї сюжет. Це вдало створена «маска-образ». Так, легка посмішка і материнська любов у голосі супроводжує сюжет про левеня, і відразу – інтонації розчарування та співпереживання за долю дітей, які змалку вживають алкоголь. Вміння «переключати» емоції на відповідний повідомленню лад є основною складовою професійності ведучого. Керуючи своїми емоціями, ведучий впливає на почуття телеглядачів, маніпулюючи їх свідомістю.

Образ ведучої Наталії Мосейчук – жінка впевнена, стримана та сильна. Саме такою має бути на сучасному етапі ведуча ТСН, адже за нашими спостереженнями тільки  $\frac{1}{4}$  інформації зі всього ефіру – позитивна. Решта – це повідомлення про різні вбивства, аварії, злочини та соціальні проблеми, які насторожують та навіть інколи шокують глядача. Тому саме спокійна та врівноважена особистість із гострим, інколи лукавим, інколи іронічним, але ніколи не відстороненим поглядом має компенсувати такий вплив, створюючи враження впевненості у завтрашньому дні незважаючи ні на що.

Великий акцент у «ТСН» робиться саме на розлогі інформаційні повідомлення. Новини на «1+1» «гарячі» та ексклюзивні. Леда вловима посмішка, легкість і невимушеність поведінки, блискуче знання й розуміння тексту складають враження, що ведуча в будь-який момент готова до імпровізації. Сюжети проходять та озвучуються ведучою динамічно, але зрозуміло та захопливо. Н. Мосейчук вміє зосередити увагу глядача на найголовнішому, зацікавити тим, про що розповідає, а отже й результат від такої взаємодії між телеведучою та аудиторією високий. Динамічність новин та бездоганний, без жодної заминки їх виклад дозволяють тримати глядача постійно у напрузі та якнайдовше біля телеекрану. Родзинками комунікативної складової ефіру є незвичне, часто гумористичне формулювання основної



тематики сюжетів, як от: «Do they speak English» (про депутатів Верховної ради), «Про пані та Підвішену каву», «Які вони – драконівські закони?», «Рідко яка чупакабра дотягне до середини Дніпра», «Посмертне життя ялинок: хто в рай, хто в пекло?». Щодо викладу інформаційних повідомлень загалом, то автори та ведуча дотримуються правил і норм літературної мови, що не може не радувати.

Отже, образ Наталії Мосейчук є прикладом самостійного, рішучого, сумлінного, упевненого в собі ведучого-автора інформаційної телепередачі.

Наталія Мосейчук за весь період своєї діяльності досягла заслуженого визнання: за результатами голосування експертів всеукраїнської програми «Людина року – 2009» визнана «Людиною року» в номінації «Журналіст року в сфері електронних ЗМІ». Ведуча володіє чудовою дикцією, відстороненою та водночас небайдужою подачею інформації і приємною зовнішністю, яка вселяє довіру. Саме ведуча, на наш погляд, є головним «плюсом» інформаційної служби «плюсів». Її професіоналізм і талант гармоніюють до загальної фаховості «ТСН» - високий рівень виконання тут спостерігається практично в усьому. По-перше, немає відвертого перебору з офіціозом - ні щодо кількості відповідних відомостей, ні в інтонаціях ведучої при їхній подачі. По-друге, добре поставлена робота літературних редакторів - жодних суттєвих помилок у текстовій інформації. По-третє, уміла подача цікавих, дотепних і веселих сюжетів, що вносять таку необхідну для реципієнта релаксацію.

Отже, досліджуючи імідж Наталії Мосейчук ми виявили, що телеведуча є прикладом самостійного, рішучого, сумлінного, впевненого в собі ведучого-автора («Новини ТСН»). Переглядаючи випуски «ТСН» ми бачимо в кадрі спокійну та врівноважену особистість, яка інколи гостра на язик, інколи іронічна, але ніколи не з відстороненим поглядом. Ледь вловима посмішка, легкість і невимушеність поведінки, блискучі знання і розуміння тексту - все складає враження, що ведуча в будь-який момент готова до імпровізації.

Також ми дослідили, що у телевізійних випусках новин головну роль відіграє ведучий. Без перебільшення можна зазначити, що його імідж – це імідж

каналу, студії, власне випуску. Сьогодні на українському телебаченні є професійні, стильні та підготовлені ведучі, які вміють працювати з аудиторією та викликати у неї інтерес до свого образу, а, отже, і до інформаційних випусків новин.

Дослідивши образи Наталії Мосейчук ми зробили висновок, що іміджведучої відповідає концепції телеканалу та інформаційному наповненню телевізійного випуску новин.

Імідж телеведучої Наталії Мосейчук професійно створений та продуманий. Складові її образу, які найбільше впливають на телеаудиторію, такі:

- бездоганний зовнішній вигляд;
- вольові риси обличчя;
- харизма;
- динамічність;
- іронічність;
- вміння тримати глядача у напрузі.

Але варто підсумувати, що кожен телеведучий шукає свої засоби впливу на глядача. Від цього залежить як успіх самого ведучого, так і популярність теленовин та рейтинги телеканалу.

#### **Список використаної літератури:**

1. Беляев И. Спектакль без актера: записки режиссера документальных фильмов / И. Беляев. – М. : Высшая школа, 1982. – 164 с.
2. Гуревич П. С. Приключения имиджа: типология телевизионного образа и парадоксы его восприятия / П. С. Гуревич. — М. : Искусство, 1991. — 221 с
3. Іванченко М. Ю. Психологічні проблеми в дискурсі іміджу телебачення / М. Ю. Іванченко [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1584>
4. Кузнецов Г. В. Так работают журналисты ТВ. Учебное пособие / Г. В. Кузнецов[Электронный ресурс] – Режим доступа :<http://evartist.narod.ru/text7/20.htm>

5. Маргалик В. Штучний імідж українських телевізійників [Електронний ресурс] / Віталій Маргалик. – 2005. – Режим доступу до ресурсу: <http://h.ua/story/3311/>.

6. Порівняльний аналіз іміджу телеведучих Михайла Осокіна і Анатолія Лазарева [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://bukvar.su/zhurnalistika>.

7. Почепцов Г. Имидж: от фараонов до президентов. Строительство вообразяемых миров в мифе, сказке, анекдоте, рекламе, пропаганде и паблик рилейшенз / Г. Почепцов. – К. : АДЕФ-Украина, 2007. – 328 с.