

Секция «Ювенильная журналистика в системе массовых коммуникаций»

**Образ ведущего на телевизионных каналах для детей и подростков:
возможности исследования**

Научный руководитель – Аникина Мария Евгеньевна

Бакалюк Полина Андреевна

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра социологии массовых коммуникаций, Москва, Россия

E-mail: arbakalyuk@mail.ru

Сегодня наблюдается рост влияния медиа на жизнь общества. В сложившихся условиях нам представляется важным исследовать детскую и подростковую аудиторию, которая выступает в качестве и потребителя, и производителя медиаконтента. Исследователи медиопотребления школьников (Дунас, Кульчицкая, Толоконникова) отмечают, что виртуальная реальность является той средой, в которой происходит взросление, обучение, социализация и развитие. [1]. Таким образом, для нас как исследователей актуализируется задача изучения медиакommunikationного пространства, в котором находятся современные дети и подростки.

Существующие медиаресурсы для детей и подростков можно разделить на две группы: профессиональные и непрофессиональные. К профессиональным медиаресурсам мы относим ресурсы, транслирующие контент, созданный профессиональными журналистами для детской и подростковой аудитории. В свою очередь, к непрофессиональным - каналы, распространяющие контент, созданный подростками и детьми в рамках различных инициатив, например, в рамках деятельности школьных средств массовой информации.

Выделенные типы медиаресурсов реализуют различные функции. Профессиональные медиаресурсы осуществляют образовательную, информационную и педагогическую функции. Непрофессиональные в большей степени направлены на реализацию практикоориентированных функций, таких, как приобретение коммуникативных умений, понимание устройства современных медиапроцессов и получение первоначального профессионального опыта.

В рамках данного материала мы фокусируемся на исследовании телевизионного сегмента медиасистемы, выбранного в качестве наиболее подходящей медиаобразовательной практики для школьного образовательного процесса и одной из популярных форм медиапотребления. Нами рассмотрены профессиональные и непрофессиональные (школьные) телеканалы, контент которых адресован детям и подросткам. Стоит отметить, что мы рассматриваем школьные телеканалы не только в контексте медиаобразовательной, но и в контексте профессиональной журналистской деятельности, так как в рамках производства контента школьные телеканалы адаптируют или калькируют методы работы профессиональных телеканалов.

Главной фигурой в телепередачах выступает телеведущий. Учитывая феномен персонализации информации, именно через образ ведущего зрителем воспринимается контент [2]. Образ ведущего разных типов ресурсов важно изучать с образовательной, педагогической, социальной и профессиональной точек зрения. В рамках проводимого исследования мы предполагаем, что типологические особенности выбранных медиаресурсов выступают фактором, влияющим на образ телеведущих.

Исследователи телевидения (Борецкий, Караганова, Шариков и др.) предпринимали попытки создать типологию телеведущих, выделив типформирующие признаки. Однако

в академическом сообществе все еще не существует устойчивой универсальной модели критериев, исследователи используют различные подходы к классификации типологических признаков. Учитывая различные наработки в данной сфере, Долголопова И. В. выделила типоформирующие признаки, создающие обобщенный образ телеведущего. К ним относятся имидж, личностные характеристики ведущего и поведенческие характеристики [3].

Исходя из типологических характеристик телеформата или жанра, исследователи телевидения (Долгова, Перипечина, Тихонова) выделяют несколько типов ведущих на современном телевизионном экране:

- ведущий-интервьюер;
- ведущий ток-шоу;
- ведущий новостей.

В зависимости от жанра и формата образу телеведущего присущ определенный набор свойств и характеристик.

Исходя из типологических особенностей разных типов ресурсов для детской и подростковой аудитории, мы выделяем следующие типы ведущих на телеканалах, контент которых производится для детей или детьми.

- ведущий-ребенок на школьном телеканале;
- ведущий-взрослый на телеканале для детей;
- ведущий-ребенок на телеканале для детей.

При изучении образа телеведущего важно учитывать следующие характеристики:

- внешний вид;
- речь;
- позы, мимика, жесты [3].

В рамках исследования нами предпринята попытка проанализировать образы телеведущих в связи с типологическими характеристиками разных каналов для детской аудитории. Для решения поставленных задач были отобраны школьные телеканалы-победители Фестиваля школьных СМИ факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова в номинации «Лучший ведущий (2021 г.)», победители номинации «Ведущий телевизионной программы для детей» (2020 г. и 2021 г.) Российской национальной телевизионной премии за лучшие телепрограммы для детей ТЭФИ-KIDS. В докладе будут представлены результаты проведенного исследования, но можно сделать обобщенный вывод о том, что в связи с типологическими характеристиками разных каналов для детской и подростковой аудитории будут различаться образы телеведущих.

Источники и литература

- 1) Дунас Д.В., Кульчицкая Д.Ю., Толоконникова А.В.. Возможности удовлетворения психологических потребностей подростков в цифровой медиасреде // КОММУНИКАЦИИ. МЕДИА. ДИЗАЙН, Том 5, №1, 2020. С. 55.
- 2) Каширин А.А. Авторские телепрограммы как объект коммуникативно-прагматического исследования // Вестник Томского государственного педагогического университета. — 2016. — № 7 (172). — С. 151-155

- 3) Долгополова И.В. Обобщенный образ телеведущего новостных программ (на материале исследования представлений молодежи) // *Juvenis scientia*. – 2016. – №2. – С. 93-96.
- 4) Караганова, Ж.В. Экранный образ телевизионного журналиста (Закономерности формирования): дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10/ Ж.В. Караганова. - М., 2005.
- 5) Телевизионная журналистика: Учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. Ю. И. Долговой, Г. В. Перипечиной. М., 2019.