

**Экранный имидж телеведущего и видеоблогера: общие черты и отличительные особенности (на примере телеведущей Яны Чуриковой)**

**Научный руководитель – Шестерина Алла Михайловна**

***Варфоломеева Наталья Алексеевна***

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа телевидения (факультет), Москва, Россия

*E-mail: natvarfo@gmail.com*

Имидж телеведущего уже достаточно широко изучен медиаисследователями, а имидж видеоблогера пока еще является новым направлением научной мысли. Интересно проследить, насколько схожи и различны эти два феномена: как имидж трансформируется при переходе из одной экранной среды в другую.

Проанализировав литературу по имиджу, я сформулировала общее определение персонального имиджа: имидж - это эмоционально окрашенный образ человека, сформированный в сознании группы людей, вступивших с ним в коммуникацию. При этом важно учесть, что 1. человек может иметь множество имиджей 2. имидж - гибкое, изменчивое, ситуативное явление 3. имидж может быть сформирован стихийно, либо целенаправленно.

Далее рассмотрим структуру персонального имиджа, которую предлагает А. М. Шестерина. В книге “Имидж телеведущего” автор подробно описывает 18 основных компонентов имиджа: экзистенциальная точка имиджа, взгляд, смысл речи, система пауз, интонация, запах, мимика, макияж, пластика, одежда, цветность в одежде, прическа, акцентуация сексуальных символов, походка, посадка, организация пространства, коммуникации, такесика [7].

Для того, чтобы сравнить имидж телеведущего и видеоблогера по компонентам имиджа, было принято решение выбрать известную личность, которая строила карьеру и на телевидении, и в YouTube. В данной работе будет рассмотрена телеведущая развлекательных музыкальных шоу - Яна Чурикова.

Из упомянутых компонентов имиджа были выбраны только те основные, которые наиболее ярко проявляются в экранном образе Яны Чуриковой.

Для анализа экранного имиджа Яны Чуриковой был проанализирован ее образ в телевизионных проектах (выпуски “Фабрики звезд” разных лет, “Жестокие игры”, закадровые комментарии “Евровидения”, “Красная звезда”, “Универсальный артист”). Затем был проанализирован образ Чуриковой на ее YouTube-канале (“Фабрика с Яной Чуриковой”, “ЕвроВижн с Яной Чу”). Тематика телевизионных выпусков и YouTube-шоу во многом совпадает, что позволяет оценить изменения в имидже наиболее объективно.

По результатам исследования можно сделать общий вывод о том, что многие особенности имиджа Яны Чуриковой сохраняются при переходе из телевидения в YouTube. Она по-прежнему подает себя как профессиональная журналистка с хорошо поставленной речью, уверенная, доброжелательная, неконфликтная. В YouTube-проектах она окружает себя соведущими, которые больше готовы на споры и “острые” вопросы участникам, она занимает скорее роль “доброе полицейского”. При этом заметны некоторые изменения, которые произошли с имиджем Чуриковой при переходе в YouTube. В интернет-проектах она ведет себя более эмоционально и расслабленно, делает акцент на искренности и непосредственных реакциях, разнообразных эмоциях. Наблюдается меньше штампов и заготовок, которые были при работе на телевидении, больше “простоты” и приближенности к молодежной аудитории.

Данный пример демонстрирует, что в целом многие черты экранного имиджа телеведущего сохраняются в YouTube-проектах. Однако те изменения, которые все-таки происходят, указывают на то, что для успеха в YouTube телеведущий старается создавать образ более искреннего, “простого” и эмоционального человека. Более полный анализ трансформации экранного имиджа при переходе из телевидения в YouTube будет рассмотрен в моей магистерской диссертации.

#### Источники и литература

- 1) Мамаева В. Ю., Мацько В. В. Теоретико-методологические основы формирования имиджа: исторические и современные аспекты // Вестник ОмГУ. 2017, Серия: Экономика, №3.
- 2) Панасюк А. Ю. Формирование имиджа: стратегии, психотехнологии, психотехники. М.: ОМЕГА-Л. 2009.
- 3) Перельгина Е. Б. Психология имиджа. М.: Аспект Пресс. 2002.
- 4) Почепцов Г. Г. Имиджелогия. М.: СмартБук. 2009.
- 5) Федоров И. А. Имидж как программирование поведения людей. Рязань: Новое время. 1997.
- 6) Шепель В. М. Имиджелогия: учебное пособие. М.: Народное образование. 2002.
- 7) Шестерина А. М. Имидж телеведущего: учебное пособие. Воронеж: Издательство факультета журналистики Воронежского государственного университета. 2019.