

Специфика формирования имиджа тележурналиста (на примере программы «Мужское/Женское» А. Гордона)

Научный руководитель – Макашова Валерия Валерьевна

Петрущенко Софья Александровна

Студент (бакалавр)

Московский гуманитарно-экономический университет, Гуманитарный факультет,
Москва, Россия

E-mail: spetrushenkova@bk.ru

Возрастание роли журналистики на фоне интенсификации информационных процессов, персонификация предпочтений современной аудитории, появление новых тенденций в медиаиндустрии актуализируют значение имиджа в работе тележурналиста.

Цель исследования: на основе анализа влияния имиджа на творческую концепцию телепрограммы обозначить способы оптимизации авторской деятельности тележурналиста.

Эмпирическую базу составили выпуски программы «Мужское/Женское» за период с 2019 по 2024 гг. Всего было проанализировано 30 выпусков. Методика исследования строилась на изучении профессионального стиля и образа Александра Гордона по внешним характеристикам (физические параметры и стиль), коммуникативным особенностям (тембр голоса, четкость произношения, стиль общения) и внутренним качествам личности (знания, интеллект, эмоциональная выразительность, моральные убеждения).

Важной особенностью телевидения является его личный и доверительный способ общения «через экран». Информация воздействует как на зрительную, так и на слуховую системы, обобщая привычные нам методы коммуникации. Технологии в области телевидения создают условия, позволяющие реализовывать три вида эффектов: вовлеченности, доверия и присутствия.

Эффект вовлеченности означает, что зритель в процессе передачи не просто пассивно наблюдает, а активно участвует в коммуникационном процессе. Например, в программе Юлия Барановская задает зрителям риторический вопрос: «Как может быть, что два ребенка, выросшие в одной семье, становятся настолько разными?». Эффект доверия заключается в том, что журналист устанавливает контакт с человеком, используя как вербальные, так и невербальные средства, чтобы вызвать реакции как у зрителей в студии, так и за экраном. Например, Александр Гордон сначала выражает сомнения по поводу действий главной героини, однако, после ее признания ведущий приближается к девушке и говорит: «У меня прямо слезы текут здесь, знаешь почему? Потому что ты – жертва, ты попала в жертву этой иллюзии о великом и ужасном красивом мире, согласна? Дай я тебя обниму». После этого монолога девушка начинает плакать еще сильнее, а момент становится кульминационным. Эффект присутствия означает, что зритель в процессе передачи не просто пассивно наблюдает, а становится активным участником коммуникационного процесса, ощущая, что он находится «здесь и сейчас».

Одной из характерных особенностей тележурналистики является ее огромный потенциал в процессах формирования общественного мнения с последующим воздействием на общество. Имидж тележурналиста играет здесь ключевую роль. Как правило, он включает комплекс визуальных впечатлений о личности тележурналиста в целом, его профессиональном поведении и манере работать в кадре. Имеют значение: тон и ясность высказывания, языковая личность тележурналиста, качество вербального общения, эрудиция, широкий кругозор и способность глубоко погрузиться в предмет.

Например, Гордон проявляет административную функцию модерации диалога, поправляя участников, когда это необходимо. Модерирующая функция воплощается в речевых шаблонах: «Так, вас мы уже послушали, а теперь замолчите – мы хотим послушать Олю». Он умело направляет внимание зрителей на детали, которые могли от них ускользнуть: «[видео из дома гостей программы завершается] Я так понимаю, вы люди воцерковленные?». Когда накал страстей подходит к высокой точке, журналист говорит: «Так, стоп. Давайте так: а в том, что ребенок остался на второй год в первом классе соседи виноваты?! А в том, что в доме тараканы – соседи виноваты!?!». Текст произносится уже иным тоном – практически криком. В этом выражена способность Гордона перетянуть в ключевой момент «одеяло» зрительского внимания на себя и проявить ключевую или заранее установленную сюжетом/сценарием передачи точку зрения. Необходимо обратить внимание на рабочие позы журналиста (расслабленная или напряженная). Проявляя авторитарный стиль, Гордон часто жестикулирует. Жестикуляция активная, но не слишком быстрая, не истеричная – достаточно размеренная, чтобы подчеркнуть внушительность его фигуры.

В другом выпуске Гордон играет другую роль – отстраненно разумного и уравновешенного медиатора спора, своего рода судьи, проявляющего истину, и, мало того, знающего ее, имеющего в рукаве козырные тузы и в любой момент готового выложить их перед впечатленной аудиторией. Его реакции абсолютно спокойны, он не входит в эмоциональный раж, голос сохраняет практически единый тембр на протяжении всего выпуска, модулируя только иногда наиболее важные моменты передачи. У Гордона хорошо поставленная, четкая, артикулируемая речь, по необходимости эмоционально наполняемая. Ведущий может эффективно использовать разные пласты лексики, как литературную, научную и публицистическую, так и сниженную, простонародную: «А что же вы терпите фигню-то всю эту?». И, конечно, значение имеет функция морально-этической оценки, что позволяет создать образ «судьи», хранящего нормы морали и здравого смысла.

Гордон мастерски маневрирует на грани этических норм, оставаясь для одних коллег строгим, но компетентным, в то время как для других он становится нарушителем всех неофициальных правил. Некоторые его высказывания могут показаться резкими и прямолинейными, однако обвинения в постоянных нарушениях журналистской этики представляются чрезмерными. Он опережает общественные ожидания, оставаясь журналистом с необходимыми качествами для этой профессии, даже если проявляет их не всегда в обычной форме. Гордон проявляет себя в качестве умелого модератора и управленца, контролируя диалог и направляя внимание зрителей на ключевые моменты. Его голос и манера общения создают образ человека, знающего, что делать. Гордон умело использует голосовые интонации, чтобы подчеркнуть ключевые моменты и завершить дискуссии. Его позы и жестикуляции также являются важными элементами коммуникации, добавляя динамику и выразительность его образу на телеэкране.

Источники и литература

- 1) Ащурбекова Б.К., Нурбагандова Л.А. Способ общения, как критерий формирования имиджа телевизионного журналиста // Проблема жанра в филологии. 2020. С. 249–251.
- 2) Информационная аналитика и информационно-аналитические технологии в контексте 3.социального управления / Под общ. ред. В.Н. Ремарчука, И.В. Бочарникова. М.: Изд-во «Экон-Информ», 2023. 226 с.
- 3) Малышева Н.В. Структура речевого имиджа // ББК 1 Р76. 2020. С. 79–81.