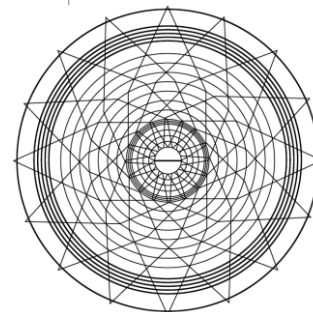


[Научные статьи]

Кудряшева М. Г., Кудряшев М. А.

*Творческая идентификация успешного тележурналиста
в контексте тенденций современного прямого телеэфира*



ТВОРЧЕСКАЯ ИДЕНТИФИКАЦИЯ УСПЕШНОГО ТЕЛЕЖУРНАЛИСТА В КОНТЕКСТЕ ТЕНДЕНЦИЙ СОВРЕМЕННОГО ПРЯМОГО ТЕЛЕЭФИРА

Кудряшева М. Г.

кандидат педагогических наук

(Санкт-Петербург, Россия)

kudr.margo@inbox.ru

Кудряшев М. А.

студент бакалаврской программы «Журналистика»

Северо-Западный институт управления РАНХиГС

(Санкт-Петербург, Россия)

mkud@bk.ru

Аннотация:

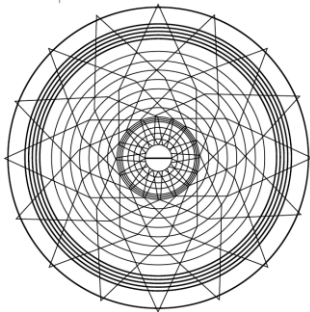
После начала специальной военной операции России в Украине ведущие российские телеканалы нарастили долю новостного информационного вещания. Например, «Россия 1» увеличила эфирное время программы «60 минут» с Ольгой Скабеевой и вернула в сетку общественно-политическое шоу «Кто против?». «Первый канал», в свою очередь, увеличил хронометраж выпусков новостей и программы «Время покажет», в сетке также появился новый блок — «Информационный канал» (РБК, 2022). В связи с этим экранный образ тележурналиста стал играть важнейшую роль в формировании общественного мнения. В статье рассмотрены особенности формирования имиджа успешного тележурналиста в совокупности с невербальными способами преподнесения информации.

Ключевые слова: телепотребление, инфотейнмент, лайфхаки успешных тележурналистов, женский и мужской журналистский имидж

Введение

Реестр телепрофессий очень велик, но «вся эта когорта специалистов различного профиля находится в энергетическом поле журналиста, который является тем креативным центром, объединяющим все службы, ... дающим им направление деятельности и смысловое содержание» (Рыжов, 2005). Это связано с особенностями развития творческого потенциала журналиста, которые и приводят к появлению его персонифицированного портрета.

В то же время творческая составляющая журналистской деятельности особенно ярко выражается в телевизионном информационно-аналитическом поле. Наряду с хорошей теоретической базой, усовершенствование журналистских навыков возможно благодаря постоянному развитию техники и



[Научные статьи]

Кудряшева М. Г., Кудряшев М. А.

*Творческая идентификация успешного тележурналиста
в контексте тенденций современного прямого телеэфира*

технологий. Именно поэтому телевизионная журналистика рассматривается как уникальная среда для реализации творческого потенциала.

Актуальность исследования обусловлена фактом того, что журналист всегда вступает во взаимодействие с социальными группами, институтами, организациями и обществом в целом. Множество людей основывают свои действия на той информации, которую они получают от журналистов. Исходя из этого, они развивают бизнес, планируют семью, отдают предпочтение той или иной политической партии и т. д. Таким образом, в журналистской профессии изначально заложена повышенная гражданская ответственность (Колесниченко, 2018). При этом наиболее эффективная подача сообщения напрямую связана с имиджем журналиста. При интерпретации фактов, событий и процессов от журналиста ожидают качественного анализа с опорой на достоверные источники, авторитетные мнения в лице экспертов, а также представленности противоположных позиций и их обоснованности (Хафизова, 2021). Имидж формируется в зависимости от типа мышления, способов реакции на воздействия, эмоциональной направленности и ценностных ориентиров. Удачный или неудачный имидж напрямую влияет на карьеру журналиста (Родичева и Зайцева, 2020). Кроме того, сегодня информация в новостном телеэфире — это медийный продукт, качество которого не ограничивается лишь экранном образом журналиста, а характеризуется целым комплексом способов подачи новостной информации.

В своей статье мы рассматриваем особенности формирования имиджа успешного тележурналиста в совокупности с невербальными способами донесения информации. Объектом исследования стала телевизионная журналистика как творческая среда деятельности журналиста, а предметом исследования является его деятельность, формирующая персональный имидж в медиасфере.

Цель исследования заключается в выявлении составляющих творческого портрета успешного журналиста в телеэфире через реализацию его личностного потенциала и невербальных средств подачи новостной информации.

Объектом исследования стала телевизионная журналистика как творческая среда деятельности журналиста, а предметом исследования является деятельность тележурналиста, формирующая его персональный имидж в медиасфере.

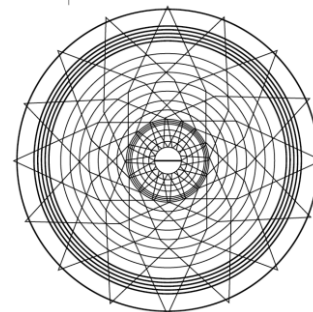
Задачи исследования:

1. определить тенденции современного прямого телеэфира;
2. сформулировать индивидуальные лайфхаки творческой деятельности тележурналиста (на основе анализа мастер-классов известных медийных персон);
3. выявить основные средства явления инфотейнмент в телевизионном эфире;

[Научные статьи]

Кудряшева М. Г., Кудряшев М. А.

*Творческая идентификация успешного тележурналиста
в контексте тенденций современного прямого телеэфира*



4. определить практический арсенал средств инфотеймента в программе «Итоги недели» Ирады Зейналовой.

Степень научной разработанности вопроса достаточно высока. Можно отметить работы В. Л. Цвик «Телевизионная журналистика» (Цвик, 2017), Е. М. Драгун «Инфотейммент как явление современной медиакультуры» (Драгун, 2015), «Профессиональная культура журналиста в условиях медиатрансформаций» под ред. М. А. Мясниковой (Мясникова, 2020), отраслевой доклад «Телевидение в России в 2020 году» (Вартанова и Коломиец, 2021).

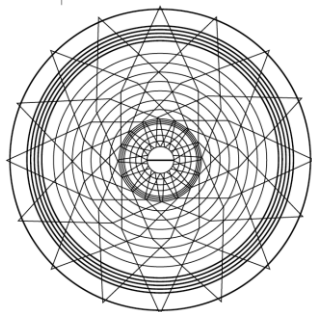
Методами исследования стали: анализ (понятий, подходов), синтез (обобщение различных точек зрения), описание (различных взглядов на проблему, ситуаций и подходов), типологизация (табличный метод) и контент-анализ (определение ключевых смысловых единиц проведенного исследования). Последний метод — а именно анализ мастер-классов известных медийных персон и анализ выпусков популярных среди россиян программ — послужил эмпирической базой исследования. Анализ мастер-классов позволил провести интен- и семантический анализ для фиксации ключевых профессиональных журналистских тезисов.

Отбор выпусков журналистских передач осуществлен на основе их включенности в топ-10 рейтинга на ведущих телеканалах. В результате такого анализа регистрировался арсенал средств инфотеймента. Качественные и количественные методы контент-анализа позволили выявить взаимосвязь ключевых смысловых единиц исследования.

Общие характеристики телепотребления и аудитории

Телевидение и Интернет формируют сегодня цифровую среду «Тотал Видео», где телезрители сталкиваются с еще большим выбором, чем на линейном телевидении, так как контент телеканалов конкурирует с другим профессиональным и пользовательским видео, которое представлено на многочисленных веб-сайтах, OTT-платформах (онлайн-видеосервисах) и доступно для просмотра на всех пользовательских устройствах в режиме 24/7.

По данным Cross Web, в августе 2022 крупнейшей видеоплощадкой в стране оставался Youtube — каждый день его посещали порядка 40% населения страны старше 12 лет с десктопных или мобильных устройств. Свои YouTube-каналы имеют многие популярные российские журналисты: Леонид Парфенов — Parfenon, Владимир Познер — Познер Online, Владимир Соловьев — telegram-канал Соловьев, Алексей Пивоваров — Редакция. В среднем за сутки видеоконтент на YouTube смотрят 29% пользователей Интернета. На втором месте по просмотрам (12% интернет-пользователей) — онлайн-кинотеатры (Ivi, Okko, Кинопоиск и пр.). Третье место (11%) занимают социальные сети (Telegram, ВКонтакте, Одноклассники и др.). И только потом следуют сайты и приложения телеканалов и/или операторов платного телевидения (10%) (Mediascope, 2022).



[Научные статьи]

Кудряшева М. Г., Кудряшев М. А.

*Творческая идентификация успешного тележурналиста
в контексте тенденций современного прямого телеэфира*

С момента начала специальной военной операции в Украине наиболее популярными остаются новостные и информационно-аналитические программы канала «Россия-1» с известными российскими тележурналистами (Mediascope, 2022). Помимо выпусков с Владимиром Соловьевым и Ирадой Зейналовой, в топ-10 вошла и информационно-аналитическая программа «60 минут» Ольги Скабеевой и Евгения Попова (Таблица 1).

Таблица 1.

Наиболее популярные программы среди россиян

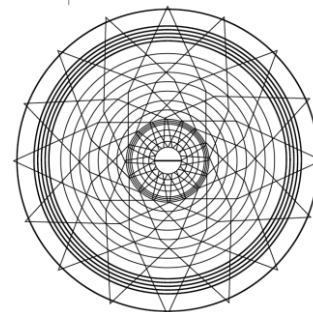
№ п/п	Название	Канал	Рейтинг (%)	Доля (%)	Охват (%)
1	Местное время	Россия 1	6,2	22,3	8,1
2	Вести (20.00)	Россия 1	5,6	20,5	12,2
3	Вести недели	Россия 1	5,6	20,5	17,0
4	Маска	НТВ	4,8	20,0	11,3
5	Вечер с Владимиром Соловьевым	Россия 1	4,1	21,7	11,8
6	Время	Первый канал	4,0	14,8	8,6
7	Привет, Андрей!	Россия 1	3,9	16,9	10,0
8	Песни от всей души	Россия 1	3,9	15,8	10,7
9	60 минут	Россия 1	3,7	17,5	12,1
10	Итоги недели с Ирадой Зейналовой	НТВ	3,7	13,6	10,0

Новостные выпуски являются настоящим индикатором развития телевизионной журналистики. В сравнении с другими подразделениями телекомпании, служба новостей содержит самый большой штат сотрудников, в новостных передачах применяют последние новинки техники, а дизайн новостных студий и облик ведущих теленовостей наиболее показательно демонстрируют изменения в подаче информации, качестве съемки и монтажа, стиле общения со зрителем (Байдина, 2017).

[Научные статьи]

Кудряшева М. Г., Кудряшев М. А.

*Творческая идентификация успешного тележурналиста
в контексте тенденций современного прямого телеэфира*



Тележурналист – источник персонификации сообщения в телевизионном эфире

Газетное сообщение анонимно. Звучащий на радио голос также практически никогда не ассоциируется с обликом конкретного человека. На телеэкране же перед зрителем предстает совершенно конкретный носитель информации. Любая медийная персона — это определенный человек. Он нам симпатичен или же нет, мы ему доверяем или не доверяем. Уникальная особенность телевидения — персонификация сообщения (Цвик, 2017).

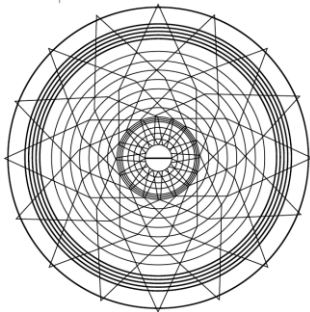
Персонификация образа любого телевизионного персонажа складывается из целого комплекса личностных и профессиональных характеристик. Согласно классификации Н. В. Зверевой (Зверева, 2009, с. 11), тележурналист должен обладать такими важными качествами, как:

- интерес к людям и природная любознательность;
- умение слушать;
- умение общаться (иметь «некую светскость, обаяние, хорошие манеры»);
- эрудиция для всестороннего раскрытия фактов, прогнозирования в различных сферах общественной жизни;
- уверенность в себе;
- искренность;
- умение удивлять и удивляться — тем, что «зацепит», удивит и поможет удержать внимание.

Помимо вышеперечисленного, для создания индивидуального образа на телеканале большое значение имеет приятный голос, интересная внешность и умение общаться «сквозь» камеру. При этом низкий тембр голоса воспринимается лучше, чем высокий, особое внимание уделяется дикции, поскольку неправильное произношение затрудняет восприятие материала аудиторией, и не менее значимым является умение «пробить» экран — в этом как раз и проявляется творческая составляющая тележурналиста.

Особое значение данные характеристики имеют для тележурналиста, выступающего в роли ведущего на телевидении. В. Олешко (Олешко, 2014, с.155) предложил модель коммуникатора, актуальную для ведущих сегодняшних ток-шоу. Она включает в себя:

- внешние элементы: имидж, манера одеваться, хорошие внешние данные, интеллигентность, эмпатия;
- коммуникативные способности: умение стать «своим» для аудитории (речь, внешность), индивидуальность;
- профессиональные способности: владение методами сбора информации, ее проверки на достоверность, умение быть интересным ментором, другом, советчиком, экспертом, собеседником.



[Научные статьи]

Кудряшева М. Г., Кудряшев М. А.

*Творческая идентификация успешного тележурналиста
в контексте тенденций современного прямого телеэфира*

Сегодня новостная информация в телеэфире — это комплексный медийный продукт. Важным становится не только персональный имидж телеведущего, но и то, как происходит подача материала на уровне языка, структуры новостного сюжета, особенностей монтажа и звука. Поэтому неотъемлемой частью современной медиакультуры становится зародившийся в конце XX века метод инфотейнмента.

Представление журналистской информации на телевидении средствами инфотейнмента

Инфотейнмент — многоаспектное явление, сочетающее в себе разнообразные функции журналистики, рекламы и PR: информационную, развлекательную, коммуникативную, образовательную, воспитательную, и другие функции. Вызванный падением рейтингов информационных программ в 1980-е годы, первоначально инфотейнмент возник в США. Тогда основные изменения коснулись контента новостных программ: широкое освещение получили культурные и социальные темы (вместо политических), а особое значение придавалось деталям, наиболее интересным зрителям.

Одной из первых программ с применением инфотейнмента на российском телевидении стала передача Леонида Парфенова «Намедни», выпускавшаяся на «НТВ» с 2001 по 2004 гг. Нестандартными для российского телевидения в этой программе стали методы представления информации: сокращение времени сюжета, метафорически-образная трактовка событий, «овеществление» новости, повышенный интерес к деталям, нетипичным героям и обстоятельствам. Эклектика новостей стала основным принципом, реализованным в «Намедни». Соединение несоединимого оживляло ход «парфеновского» повествования, не оставляла равнодушным зрителя даже самая маленькая новость, не говоря уже о событиях мирового уровня (Захарченко, 2020, с.18).

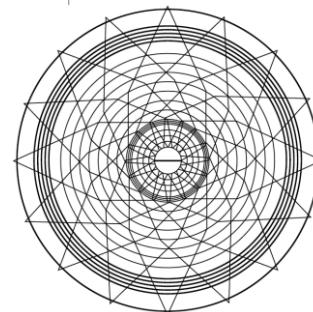
Репортаж в программе «Намедни» стал главным жанром, поскольку репортаж — это всегда «рассказ об убедительном случае» (Картозия, 2003, с.18). Также создатели программы изобрели жанр так называемой «намедневской статьи»: журналист анализировал главное событие недели, а затем метафорически трактовал его. За счет особых приемов монтажа зритель получал короткий (не более 4 минут) материал для просмотра. «Вживление» анимированных образов в документальные кадры также помогало оживить сюжет.

Инфотейнмент как универсальный постмодернистский инструмент моделирования реальности позволяет расширить «сектор обзора» телевизионных новостных программ (Щербаль, 2021). Наибольшее влияние на формирование феномена инфотейнмента на современном российском телевидении оказала информационно-аналитическая программа «Времена» с

[Научные статьи]

Кудряшева М. Г., Кудряшев М. А.

*Творческая идентификация успешного тележурналиста
в контексте тенденций современного прямого телеэфира*

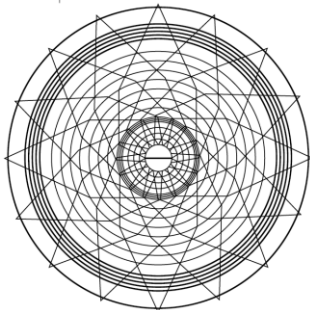


Владимиром Познером, выходившая на «Первом канале» с 2000 по 2008 гг. Программа строилась на полилоге и максимально приблизилась к жанру ток-шоу. Использование разговорного стиля позволило журналисту достичь легкости в подаче сложной информации, а в речи ведущего появился юмор — Владимир Познер шутил и со зрителем, и с приглашенным гостем.

Приемы инфотейнмента на современном российском телевидении можно разделить на вербальные и невербальные. К вербальным приемам в рамках инфотейнмента относятся лексические средства языка. Инфотейнмент характеризуется «особой языковой стилистикой, которая вбирает в себя весь спектр различных способов творческого выражения» (Драгун, 2015, с. 130). Ведущий часто старается использовать в речи афоризмы, различные стилистические фигуры речи, что помогает ему создать доверительные отношения «зритель – ведущий». Вовлеченность в событие создается в инфотейнменте и с помощью риторических вопросов, адресованных зрителю. Высокий темп речи ведущего повышает степень важности передаваемой информации, оживляет беседу, делая ее непринужденной.

К невербальным приемам инфотейнмента относится персоноцентричность, когда сам ведущий — это значимая часть новостной повестки. Поэтому в названиях программ, использующих метод инфотейнмента, есть имена журналистов. Например, «Вечер с Владимиром Соловьевым», «Познер», «Итоги недели с Ирадой Зейналовой». К невербальным техническим приемам инфотейнмента относится также яркая компьютерная графика, применение различных медийных технологий при монтаже и съемке. Для запоминающегося образа важны заставки, анонсы, таблицы, графики и яркие иллюстрации. А звукорежиссеры работают над запоминающимися звуковыми эффектами.

Новейшие методы съемки (квадрокоптер) позволяют запечатлеть масштаб, сделать акцент на предмете, который играет главную роль в сюжете. А съемки обычным смартфоном позволяют зрителю стать непосредственным участником события. Ещё один прием метода инфотейнмента, влияющий на контент программы — это ее интерактивность, дающая возможность зрителю звонить в студию, участвовать в голосованиях. А для стимуляции внимания информация разбивается на множество коротких новостных блоков о различных событиях, поэтому у зрителя появляется возможность самостоятельно выстраивать полную картину происходящего.



[Научные статьи]

Кудряшева М. Г., Кудряшев М. А.

*Творческая идентификация успешного тележурналиста
в контексте тенденций современного прямого телеэфира*

Инфотейнмент как коммуникативная стратегия в программе «Итоги недели» с Ирадой Зейналовой

Поскольку телевидение определяет понимание происходящего и формирование общественного мнения, увеличивается ответственность тележурналиста за производимый им контент, возрастают роль и необходимость прогнозирования ответной реакции на ту или иную информацию со стороны аудитории (Мясникова, 2020). Представление сложной аналитической информации на доступном для понимания уровне помогает привлечь внимание аудитории, способствует просвещению и расслаблению зрителя. В этом создателям телепрограмм как раз помогает метод инфотейнмента как комплексного медийного продукта, неотъемлемой части современной медиакультуры, воздействующей на эмоции зрителя с помощью личности ведущего, его медийного образа, вербальных и невербальных средств. Рейтинги в телеэфире сегодня определяет успешное сочетание данных составляющих.

В 2016 году Ирада Зейналова стала автором и ведущей собственной передачи «Итоги недели» на телеканале НТВ¹, находящейся в топ-10 самых рейтинговых телепередач. Программа выходит еженедельно по воскресеньям в 19:00 в прямом эфире и длится полтора часа. Телевизионная речь ведущей — это большое количество глаголов, существительных, наречий и числительных в текстах новостей. Прилагательные и причастия используются реже. В лексическом составе речи И. Зейналовой много аббревиатур, сокращений («ОБСЕ», «Совбез ООН», «CNN», «Соглашаясь с условиями МВФ», «Российский МИД», «НАТО начал крупнейшие учения»), политических и экономических терминов, речевых клише, профессионализмов.

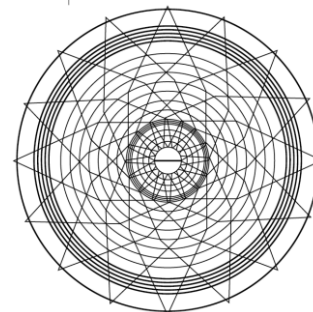
Характерная особенность «зейналовских» выпусков — предельная контрастность: «речь о войне за миропорядок», «слом будет долгим и жестким», «это холодный душ для Украины», «это все — сопровождающий шум», «новый мир требует новых мер». В потоке речи много риторических вопросов и восклицаний. «О каком нацизме вы говорите, если Зеленский — еврей?», «Может быть, причина в том, что мировая экономика стремительно набирает обороты?», «За что Трампа подвергли «цифровой казни»? В своей речи Ирада Зейналова употребляет и молодежный сленг. Цель такой лексики — показать способность говорить на языке молодой аудитории, поиронизировать: «Сложно удержаться в такой ситуации и не троллить сходящих с ума от русофобии», «Их можно просто мочить как тараканов», «Требуется банить везде, где он появится».

¹ Итоги недели с Ирадой Зейналовой (выпуски от 02.02.2020, 21.06.2020, 21.03.2021, 24.04.2022, 15.05.2022) https://www.ntv.ru/peredacha/ltogi_nedeli/

[Научные статьи]

Кудряшева М. Г., Кудряшев М. А.

*Творческая идентификация успешного тележурналиста
в контексте тенденций современного прямого телеэфира*



Голос ведущей — низкий. Торопливость транслирует постоянную напряженность. Темп речи очень быстрый с большим количеством восклицаний и вопросов. Логические ударения ставятся на числа, места и действия, часто встречаются противопоставления с союзом «но». Вовлеченность ведущей в материал — предельная.

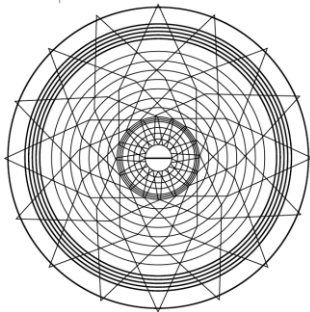
Использование местоимения «я» демонстрирует позицию «я — часть новостной повестки»: «И с вами я — Ирада Зейналова», «а я с вами прощаюсь», «я снова с вами». Заканчивается программа словами: «Это были итоги недели, у которой, как всегда, свои герои и свои события. Мы встретимся снова уже на грядущей неделе, я желаю вам всего доброго и удачи». Для невербальных средств ведущей характерно частое использование указательных жестов (активное движение руками в разные стороны, разведение рук). Мимика телеведущей выразительна. Ирада Зейналова — не только телеведущая, но и репортер в своей программе. Ее образ (минимум косметики, строгий костюм) обусловлен форматом передачи.

В «Итогах недели» демонстрируются различные технические способы подачи информации. Для создания эффекта присутствия на НТВ активно используется видео из социальных сетей и видео хостинга YouTube, в масштабных видеосъемках задействуются беспилотник или квадрокоптер. В социальной тематике журналисты НТВ применяют методы скрытой видеосъемки для демонстрации «живой» реакции человека. Для создания «эффекта присутствия» журналисты телеканала часто ведут репортажную съемку непосредственно с места событий. Также в программе «Итоги недели» на огромном студийном экране широко представлены возможности инфографики: репортажи сопровождаются таблицами и графиками, интерактивными картами, диаграммами.

Таким образом, в программе «Итоги недели» с Ирадой Зейналовой методы инфотейнмента используются достаточно широко как при создании шок-контента и использовании средств языка, так и в применении современных технологий (съемка, монтаж, инфографика, оформление студии).

Лайфхаки от профессионалов (к вопросу о слагаемых успеха российских тележурналистов)

Для понимания слагаемых успешного имиджа и особенностей творческой деятельности узнаваемых российских медийных персон с большим опытом репортерской работы и работы в качестве телеведущих, мы обратились к информации «из первых уст», проанализировав несколько мастер-классов, проведенных ими на факультете Высшей школы телевидения МГУ им. М. В.



[Научные статьи]

Кудряшева М. Г., Кудряшев М. А.

*Творческая идентификация успешного тележурналиста
в контексте тенденций современного прямого телеэфира*

Ломоносова и сформулировав авторские профессиональные лайфхаки².

Далее представлены результаты анализа мастер-классов В. В. Познера, О. В. Скабеевой, Е. Г. Попова, Т. В. Ремезовой, В. Р. Соловьева, Э. В. Закамской, М. Э. Ситтель.

Задачами этого анализа стало:

- определение личностных убеждений, формирующих успешный имидж на телеканале;
- выявление ключевых профессиональных лайфхаков в реализации творческого потенциала журналиста.

1) Познер В. В. (дата мастер-класса: 13.05.2011)

Тезисы:

Журналист – это «цепной пес», он обращает внимание власти на беспорядок. Его обязанность – давать максимум информации аудитории. Сейчас нет понятия цензуры, как в СССР, но есть понятие самоцензуры (я подумаю перед тем, как что-то сказать и показать).

В чем заключается телевизионный талант? Умение «пробить» экран, чтобы зритель подумал, что разговариваешь только с ним. Этому нельзя научиться – это либо есть, либо нет.

Тележурналист – очень конкурентная профессия. Поэтому на телевидении мы «очень друг друга любим».

Подготовка к интервью: первый вопрос должен сразу «схватить» зрителя, я должен задать такие вопросы, которые хотели бы задать люди с улицы, но они не могут.

Каких программ не хватает на российском телевидении? (прямого эфира, а не записи, не хватает «нерва», когда ведущий не знает, что будет в следующую секунду).

Профессиональный девиз:

Нельзя человека научить быть журналистом – это талант.

2) Скабеева О. В, Попов Е. Г. (дата мастер-класса: 1.03.2017)

Тезисы:

Жанр нашей программы – это не ток-шоу, это ИНФОТОК.

Работа соведущего позволяет подступиться к участникам с разной стороны.

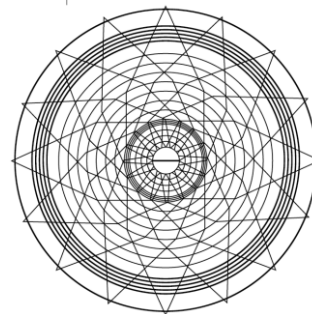
Очень важно дать возможность высказаться в тишине агрессивно настроенному человеку или просто улыбнуться ему.

² Высшая школа телевидения МГУ им. М.В. Ломоносова. <https://ftv.msu.ru/about/media/>

[Научные статьи]

Кудряшева М. Г., Кудряшев М. А.

*Творческая идентификация успешного тележурналиста
в контексте тенденций современного прямого телеэфира*



Если разговор идет не по сценарию, даем развиваться дискуссии в заданном говорящими направлении. Шеф-редактор при этом напоминает о необходимости уйти на рекламную паузу и видит всю студию.

Для рейтинга программы имеют значение работа гостевого отдела, который разыскивает гостей и убеждает их принять участие именно в нашей программе.

Профессиональный девиз:

Репортера ноги кормят.

Ждать и догонять.

Главное слово на телевидении – сейчас.

Главные качества репортера – важно быть любопытным, не быть скучным, понимать, что ты еще многого не знаешь.

3) Ремезова Т. В. (дата мастер-класса: 22.03.2017)

Тезисы:

Главное качество ведущего – убедительность. Вы должны прекрасно разбираться в той теме, о которой вы говорите.

Важна естественная подача и хорошая речь.

Регулярно работаем с дикционными таблицами (пробка во рту) + дыхательная гимнастика.

Низкий голос всегда звучит убедительнее.

Стоя вести эфир гораздо легче, поскольку мы выглядим не чтецами, а рассказчиками.

Распределяем материал по степени «интересности» по всему эфирному времени.

Анонсируем «бомбу» перед рекламным выпуском.

Профессиональный девиз:

Журналист должен уметь делать всё: вести съемки, брать интервью, писать репортажи, продюсировать свои съемки, проводить эфир в студии – новостной и аналитический, владеть монтажом.

В паре ведущих мужчина – главный.

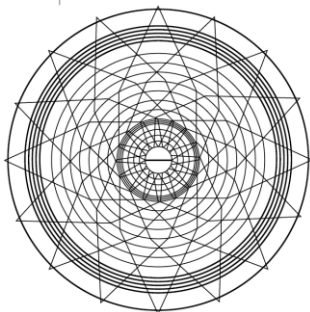
4) Соловьев В. Р. (дата мастер-класса: 13.09.2017)

Тезисы:

Нельзя подготовиться к эфиру, нужно жить в информационном потоке.

Телевидение страдает от большого количества случайных людей.

Профессия журналиста – это совмещение индивидуалистских усилий и



[Научные статьи]

Кудряшева М. Г., Кудряшев М. А.

Творческая идентификация успешного тележурналиста
в контексте тенденций современного прямого телеэфира

коллективного труда.

Журналист создает атмосферу. Почему у меня говорят то, что не говорят у других? Я их слышу.

Вопрос может быть сколь угодно жестким, но не хамским.

Чтобы настроиться на эфир, мне не нужно какое-то время. Я совершенно спокоен, я не волнуюсь.

Я в каждую передачу приглашаю людей с разными точками зрения. Приглашаю их из разных стран, они говорят то, что хотят. Главное на интервью - настроиться на то, что он хочет говорить.

Человеку должно быть крайне интересно с тобой.

Телевидение не может быть идеальным или неидеальным, у зрителя всегда есть выбор каналов.

Почему появилась программа «60 минут»? Чтобы забрать часть женской сериальной аудитории и подвести её к новостному выпуску в прайм-тайм.

Интервью – самый чистый и тяжелый жанр.

Профессиональный девиз:

Журналистика – это не работа, это образ жизни.

Журналист должен выражать ту или иную точку зрения, ведь он живой.

Если ты вчера был лучшим, это не значит, что так же будет сегодня.

Телевизионных звезд не существует.

Не надо о себе много думать.

Вы не имеете право ни на кого повышать голос, срывая на ком-то свое плохое настроение, даже когда вас провоцируют.

Выскочишь из эфира – тебя скоро забудут.

Тележурналист- самый зависимый человек в мире, его легко уволить.

5) Закамская Э.В. (дата мастер-класса: 11.02.2020)

Тезисы:

На съемках должна быть абсолютная слаженность, проявление личных амбиций недопустимо.

Перед интервью часто нет возможности пообщаться с человеком заранее (президент, министр), важна способность эмпатии, умения «почувствовать» человека.

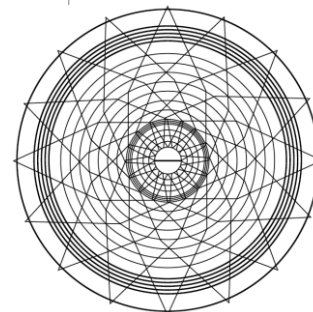
В работе за кадром больше возможностей, там происходит настоящая жизнь, появляется возможность с кем-то дружить, открывать для себя новые таланты.

Сейчас люди испытали информационную передозировку, когда «глаз

[Научные статьи]

Кудряшева М. Г., Кудряшев М. А.

Творческая идентификация успешного тележурналиста
в контексте тенденций современного прямого телеэфира



замылился». Цепляют хорошие заголовки, эксклюзивные спикеры, привлечение блогеров в качестве ведущих.

Журналисты (и молодые) должны быть погружены в разные эпохи, иметь большой словарный запас, знать классическую литературу. Контекстная культура – барьер для молодых журналистов, не знающих понятия и слова, ушедшие из нашей жизни и речи.

Творчество в том, как ты переработал, переписал текст, подал его.

Как разговорить любого собеседника? Это задача для корреспондента. Внешний вид, улыбка, вырез блузки, неожиданный подарок (сувенир), положительная эмоция.

Журналистика – это огромное количество событий, огромное количество людей, каждый из которых – объект для творчества.

Профессиональный девиз:

Талантливые люди в журналистике – редкое явление, большинство журналистов – ремесленники.

Для телеведущего (в отличие от радиоведущего) важно научиться работать в команде. Роль ведущего не должна быть преувеличена.

Важно хорошее гуманитарное образование и самообразование.

Мотивация для меня – рассказать быстро, здесь и сейчас, реактивность, я мастер короткой формы.

6) Ситтель М. Э. (дата мастер-класса: 23.03.2019)

Тезисы:

Телеведущий презентует ту колоссальную работу, которую делают ваши коллеги.

Проговаривайте, пересказывайте интересные статьи, факты.

Мой прием – комментируй новости с выключенным звуком телевизора, учись говорить, потому что в эфире бывают разные ситуации с задержкой прямого включения.

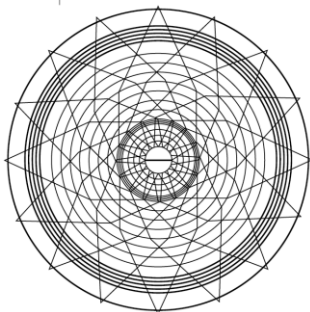
Вы не можете быть в эфире равнодушной рыбой.

Не должно быть ощущения «звездности», нужно постоянно повышать уровень своей компетентности.

Нужно воспитывать в себе выдержку, ведь мы говорим и о трагических новостях, это очень трудно, мы все равно пропускаем все это через себя, мы все люди.

Любую новость нужно сделать интересной, актуализируя её, «бросив якоря».

Погружайтесь в тему, прочитав несколько статей, пересказывайте их.



[Научные статьи]

Кудряшева М. Г., Кудряшев М. А.

*Творческая идентификация успешного тележурналиста
в контексте тенденций современного прямого телеэфира*

Не бойтесь задавать простые вопросы, уточняйте у собеседника, правильно ли вы их поняли.

Голосовые связки должны быть натренированы.

Недопустимы фактологические ошибки.

Профессиональный девиз:

Вы должны быть хорошим человеком, каким бы профессионалом вы ни были, в вас должен быть правильный нравственный закон, вы должны вовремя прийти, помочь, поговорить.

Наступите на горло собственной лени.

Будьте настойчивыми, добивайтесь, стучите в разные двери, главное – ваше желание.

Говорите о сложном просто. Относитесь к людям уважительно и бережно.

Обобщая представленные выше утверждения, можно выделить значимые характеристики успешного современного тележурналиста:

- журналистика — это талант;
- журналист должен быть всегда погруженным в информационный поток;
- настойчивость и трудолюбие — основа профессионального успеха;
- личные амбиции недопустимы, телевизионная журналистика — это работа команды;
- говорить нужно для зрителя и со зрителем, простым языком;
- важны эмпатия и уважительное отношение к людям.

Заключение

Сегодня на русском языке вещают порядка 250 разноформатных телеканалов различной тематики (федеральные и региональные, платные и бесплатные, спутниковые и кабельные)³. При этом телеэфир конкурирует с другим профессиональным и пользовательским видео, которое доступно для просмотра на всех пользовательских устройствах в режиме 24/7. Именно поэтому зрителю в одном лице необходим и телеведущий, и коммуникатор, и журналист как творческая личность. Оценивается его медиаперсона, харизма, умение сделать самую интересную зрителю программу.

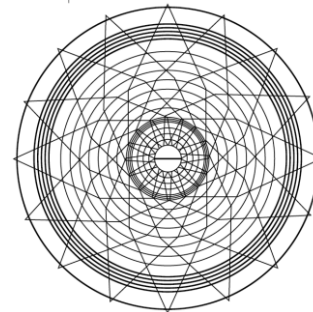
Телевидение — та уникальная среда, в которой реализуется творческий потенциал журналиста. Популярность медийной персоны — результат целенаправленной работы над своим имиджем с использованием разнообразного арсенала средств инфотейнмента. Как было установлено в ходе исследования, помимо постоянной работы над развитием личностных и профессиональных качеств, для создания индивидуального образа на телеканале большое значение имеет приятный голос, запоминающаяся

³ Сайт «Кабельщик». (2022). <https://www.cableman.ru/channels/table>

[Научные статьи]

Кудряшева М. Г., Кудряшев М. А.

*Творческая идентификация успешного тележурналиста
в контексте тенденций современного прямого телеэфира*



внешность и умение «пробить» камеру. При этом особое значение данные характеристики имеют для журналиста, выступающего в роли телеведущего. Идеальная модель коммуникационного процесса между телеведущим и телезрителем требует наличия у него профессиональных навыков, проявления авторской манеры, придающей уникальность сообщаемой информации (Сомова и др., 2019, с.158). Информация в телеэфире стала комплексным медийным продуктом, где важным становится не только персональный имидж телеведущего и то, что он говорит, но и то, как происходит подача материала на уровне языка, структуры новостного сюжета, звука и монтажа.

БИБЛИОГРАФИЯ

Байдина, В.С. (2017). Тенденции развития и стилистические трансформации телевизионных новостей. <https://cyberleninka.ru/article/n/tendentsii-razvitiya-i-stilisticheskie-transformatsii-televizionnyh-novostey/viewer>

Драгун, Е.М. (2015). Инфотейнмент как явление современной медиакультуры. [Диссертация на соискание ученой степени кандидата культурологии, Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова.] DissersCat. <https://www.disserscat.com/content/infoteinment-kak-yavlenie-sovremennoi-mediakultury/read>

Захарченко, Н.А. (1980). Инфотейнмент в современных массмедиа: учебное пособие/ Издательство Самарского университета.

Зверева, Н. В. (2009) Школа тележурналиста. Издательский дом Минакова.

Как россияне смотрели телевизор в 2022 году. Инфографика (2022, 07 декабря) https://www.rbc.ru/technology_and_media/07/12/2022/638f2ce79a79474841ee0985

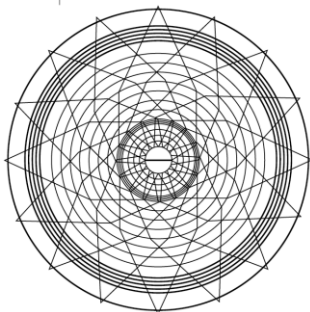
Картозия, Н. (2003). Программа «Намедни»: русский инфотейнмент. Меди@льманах, (3), 11–26.

Колесниченко, О.Я. (2018). Введение в тележурналистику: учебное пособие. Издательство: Издательские решения.

Олешко, В.Ф. (2014). Психология журналистики: [учеб. пособие]/ Урал. федер. ун-т. - Изд-во Урал. Ун-та.

Профессиональная культура журналиста в условиях медиа- трансформаций: [моногр.] (2020). (ред. М. А. Мясникова); М-во науки и высш. образования Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т.: Изд-во Урал. ун-та.

Родичева, А. А., Зайцева, Т. А. (2020). Репрезентация имиджа современного российского журналиста // Евразийский Союз Ученых (ЕСУ), 4(73). <https://cyberleninka.ru/article/n/reprezentatsiya-imidzha-sovremennogo-rossiyskogo-zhurnalista/viewer>



[Научные статьи]

Кудряшева М. Г., Кудряшев М. А.

*Творческая идентификация успешного тележурналиста
в контексте тенденций современного прямого телеэфира*

Рыжов, А.В. (2014). Универсальность как основное качество регионального тележурналиста.

<https://cyberleninka.ru/article/n/universalnost-kak-osnovnoe-kachestvo-regionalnogo-telezhurnalista/viewer>

Сомова, Е.Г., Волгина, Е.В., Абрамова, Г.А. (2019). Особенности идиостиля ведущего в нетрадиционных формах телевизионного дискурса. Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева, 4(1), 151-158.

Телевидение в России в 2020 году: состояние, тенденции и перспективы развития. (2021). Отраслевой доклад Академии медиаиндустрии и Факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова (ред. Е.Л. Вартанова и В.П. Коломиец).

Телевидение в России в 2021 году: состояние, тенденции и перспективы развития. (2022). Отраслевой доклад Национальной ассоциации телерадиовещателей и Факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова (ред. Е.Л.Вартанова и А.А. Широких).

Хафизова, В.Р. (2021). Трансформация профессиональных ценностей журналистов в условиях медиатизации общества [Диссертация на соискание ученой степени кандидата культурологических наук, Уральский федеральный университет имени первого президента России Б.Н. Ельцина.] DisserCat.

<https://www.dissercat.com/content/transformatsiya-professionalnykh-tsennostei-zhurnalistov-v-usloviyakh-mediatizatsii-obshches/read>

Цвик, В. Л. (2017). Телевизионная журналистика: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 030601 «Журналистика»/ ЮНИТИ-ДАНА.

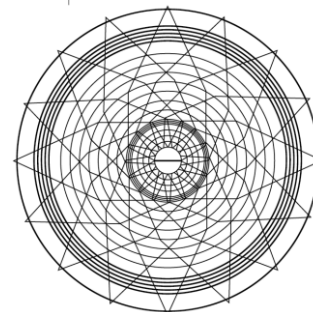
Щербаль, С.С. (2021) Инфотейнмент как метод создания телевизионного контента/Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева, 4 (1), 247-259.

TV Index (TAM), Mediascope (2022). <https://mediascope.net/news/1503475/>

[Научные статьи]

Кудряшева М. Г., Кудряшев М. А.

*Творческая идентификация успешного тележурналиста
в контексте тенденций современного прямого телеэфира*



THE CREATIVE IDENTITY OF A SUCCESSFUL TV JOURNALIST IN THE CONTEXT OF TRENDS IN CONTEMPORARY LIVE TELEVISION

Kudryasheva M. G.

Candidate of Pedagogical Sciences
(Saint Petersburg, Russia)
kudr.margo@inbox.ru

Kudryashev M. A.

Student of Bachelor's Programme "Journalism" at the
North-West Institute of Management, RANEPa
(Saint Petersburg, Russia)
mkud@bk.ru

Abstract:

Following the start of Russia's special military operation in Ukraine, leading Russian TV channels have increased their share of news coverage. For example, Russia 1 increased the airtime of its *60 Minutes* programme with Olga Skabeyeva and returned the socio-political show *Who's Against?* First Channel, in its turn, increased the airtime of its news and *Vremya Pokazet* programmes, and a new block, Informational Channel (RBC, 2022), was added to the schedule. In this connection, the screen image of a television journalist began to play a crucial role in the formation of public opinion. The article considers the peculiarities of the formation of a successful image of a television journalist in conjunction with non-verbal ways of presenting information.

Keywords: TV consumption, infotainment, the tips of successful TV journalists, female and male journalistic image

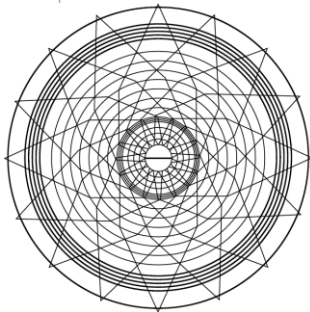
REFERENCES

Baydina, V.S. (2017). Tendentsii razvitiya i stilisticheskie transformatsii televizionnykh novostey.

<https://cyberleninka.ru/article/n/tendentsii-razvitiya-i-stilisticheskie-transformatsii-televizionnyh-novostey/viewer>

Dragun, E.M. (2015). Infoteynment kak yavlenie sovremennoy mediakul'tury. [Dissertatsiya na soiskanie uchenoy stepeni kandidata kul'turologii, Moskovskiy gosudarstvennyy universitet im. M.V. Lomonosova.] DisserCat.

<https://www.dissercat.com/content/infoteinment-kak-yavlenie-sovremennoi-mediakultury/read>



[Научные статьи]

Кудряшева М. Г., Кудряшев М. А.

*Творческая идентификация успешного тележурналиста
в контексте тенденций современного прямого телеэфира*

Kak rossiyanе smotreli televizor v 2022 godu. Infografika (2022, 07 dekabrya)

https://www.rbc.ru/technology_and_media/07/12/2022/638f2ce79a79474841ee0985

Kartozhiya, N. (2003). Programma «Namedni»: russkiy infoteynment// Medi@l'manakh. (3), 11-26.

Khafizova, V.R. (2021). Transformatsiya professional'nykh tsennostey zhurnalistov v usloviyakh mediatizatsii obshchestva [Dissertatsiya na soiskanie uchenoy stepeni kandidata kul'sotsiologicheskikh nauk, Ural'skiy federal'nyy universitet imeni pervogo prezidenta Rossii B.N. El'tsina.] DisserCat.

<https://www.dissercat.com/content/transformatsiya-professionalnykh-tsennostei-zhurnalistov-v-usloviyakh-mediatizatsii-obshches/read>

Kolesnichenko, O.Ya. (2018). Vvedenie v telezhurnalistiku: uchebnoe posobie. Izdatel'stvo: Izdatel'skie resheniya.

Oleshko, V.F. (2014). Psikhologiya zhurnalistiki: [ucheb. posobie]/ Ural. feder. un-t. - Izd-vo Ural. Un-ta.

Professional'naya kul'tura zhurnalista v usloviyakh media- transformatsiy : [monogr.] (2020). (red. M. A. Myasnikova); M-vo nauki i vyssh. obrazovaniya Ros. Federatsii, Ural. feder. un-t.: Izd-vo Ural. un-ta.

Rodicheva, A.A., Zaytseva, T.A. (2020). Reprezentatsiya imidzha sovremennogo rossiyskogo zhurnalista // Evraziyskiy Soyuz Uchenykh (ESU), 4(73).

<https://cyberleninka.ru/article/n/reprezentatsiya-imidzha-sovremennogo-rossiyskogo-zhurnalista/viewer>

Ryzhov, A.V. (2014). Universal'nost' kak osnovnoe kachestvo regional'nogo telezhurnalista.

<https://cyberleninka.ru/article/n/universalnost-kak-osnovnoe-kachestvo-regionalnogo-telezhurnalista/viewer>

Shcherbal', S.S. (2021) Infoteynment kak metod sozdaniya televizionnogo kontenta/Vestnik Volzhskogo universiteta imeni V.N. Tatishcheva, 4 (1), 247-259.

Somova, E.G., Volgina, E.V., Abramova, G.A. (2019). Osobennosti idiosilya vedushchego v netraditsionnykh formakh televizionnogo diskursa. Vestnik Volzhskogo universiteta imeni V.N. Tatishcheva, 4(1), 151-158.

Televidenie v Rossii v 2020 godu: sostoyanie, tendentsii i perspektivy razvitiya. (2021) // Otrasevoy doklad Akademii mediaindustrii i Fakul'teta zhurnalistiki MGU imeni M.V. Lomonosova (red. E.L. Vartanova i V.P. Kolomiets).

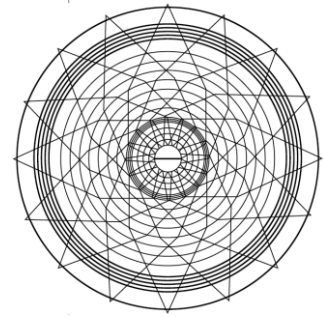
Televidenie v Rossii v 2021 godu: sostoyanie, tendentsii i perspektivy razvitiya. (2022)// Otrasevoy doklad Natsional'noy assotsiatsii teleradioveshchateley i Fakul'teta zhurnalistiki MGU imeni M.V. Lomonosova (red. E.L.Vartanova i A.A. Shirokikh).

TV Index (TAM), Mediascope (2022). <https://mediascope.net/news/1503475/>

[Научные статьи]

Кудряшева М. Г., Кудряшев М. А.

*Творческая идентификация успешного тележурналиста
в контексте тенденций современного прямого телеэфира*



Tsvik, V. L. (2017). Televizionnaya zhurnalistika: uchebnoe posobie dlya studentov vuzov, obuchayushchikhsya po spetsial'nosti 030601 «Zhurnalistika»/ YuNITI-DANA.

Zakharchenko, N.A. (1980). Infoteynment v sovremennykh massmedia: uchebnoe posobie/ Izdatel'stvo Samarskogo universiteta.

Zvereva, N. V. (2009) Shkola telezhurnalista. Izdatel'skiy dom Minakova.