

ВЛИЯНИЕ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ИМИДЖА ШОУМЕНА НА ТОК-ШОУ

Орлова К.Е. Email: Orlova17105@scientifictext.ru

Орлова Кристина Евгеньевна – магистр,
кафедра электронных СМИ и новых медиа, факультет журналистики.
Кубанский государственный университет, г. Краснодар

Аннотация: особенность формы ток-шоу, рейтинг, активность зрителей в студии напрямую зависят от ведущего, или, по-другому, от шоумена программы. Его положительный или наоборот отрицательный, а лучше скандальный имидж привлекает внимание нужной аудитории и тем самым поднимает рейтинг программы на телевидении. Чтобы это все получилось, ведущий должен обладать качествами, которые бы выделяли его среди других современных тележурналистов. Широкое распространение ток-шоу объясняется зрелищностью и особой достоверностью.

Ключевые слова: ток-шоу, вопросы, программа, ведущий, шоумен, структура, обсуждение, тема, участники, цель, позиция, дискуссия, конфликт, открытый тип, закрытый тип, проблемный вопрос, участники ток-шоу, манипуляция, способ манипуляции, аудитория, зритель, привлечение аудитории, скандалы в студии.

THE INFLUENCE OF THE SHOWMAN'S POSITIVE IMAGE ON THE TALK SHOW

Orlova K.E.

Orlova Kristina Evgenievna - Master,
DEPARTMENT OF ELECTRONIC MEDIA AND NEW MEDIA, FACULTY OF JOURNALISM,
KUBAN STATE UNIVERSITY, KRASNODAR

Abstract: the peculiarity of the form of the talk show, the rating, the activity of the spectators in the studio directly depends on the host, or in another way on the show's program. Its positive or vice versa is negative, but rather scandalous image, attracts the attention of the right audience and thereby raises the rating of the program on television. In order for this to work out, the presenter must possess qualities that would distinguish him among other modern TV journalists. Indeed, it is the spectacularity that explains the special authenticity and, as a consequence, the widespread use of the talk show genre in TV programs.

Keywords: talk show, questions, program, moderator, showman, structure, discussion, topic, participants, goal, position, discussion, conflict, open type, closed type, problem issue, talk show participants, manipulation, manipulation method, Audience, spectator, attracting the audience, scandals in the studio.

УДК 7.097

При рассмотрении работы журналиста на телевидении важно помнить, что это - синтез творчества и общественно-политической деятельности, который подразумевает необходимый уровень мастерства ведущего как профессионала [1].

Любое действие, которое происходит на экране, - это зрелище. И здесь оценивают журналиста непосредственно с видеоработы. Текст журналиста будет зависеть от картинки, так как человек изначально воспринимает ее лучше, чем звуковые наполнения телевизионной программы. Самый необычный и информативный текст может испортить невзрачная картинка.

На телевидении все творчество коллективное, только усилиями многих людей, работающих в тандеме, появляется окончательный результат программы. Самое главное, это зависит от того, что каждая программа создается с помощью разной техники и слаженной работы огромного числа специалистов.

Но мы поговорим именно об одном важном лице любого ток-шоу, от которого зависит весь исход программы, - это ведущий, или, по-другому, - Шоумен. В программе ведущий - это своего рода массовик-затейник высшего класса. Непросто держать всех участников программы в одном определенном русле всего разговора. Шоумен - это не столько журналист, сколько драматический актер, так как из всего хаоса, происходящего в студии, он создает единое действие, интересное зрителям.

Обаяние, способность вызвать симпатию аудитории, быстрая реакция на события, разносторонняя образованность, хорошая память и Харизматичность – это общие качества, которыми должен обладать ведущий. Но самую глобальную роль как и для личности ведущего, так и для его ток-шоу, играет имидж. Разберемся с этим понятием [3].

Большинство справочных изданий трактуют имидж как сложившийся в массовом сознании образ, имеющий определенный стереотип. Образ эмоционально окрашенный, как набор определенных качеств, которые люди ассоциируют с определенным индивидом.

Основной задачей имиджа является точное отражение человеческой сути или организации программы для хорошего взаимодействия его с публикой. Внешний образ ведущего - это их картинка, которая покзывает то, что есть у него внутри. Именно поэтому значение имиджа играет важную роль, тем более в наше время [4].

Для закрепления в сознании людей характеристики и образа телеведущих в необходимом виде, о них много и часто говорят и пишут, создавая так имидж.

Самое главное для публики - это высокий уровень харизматичности, который необходимо создать. Путем создания максимальной открытости происходит привлечение внимания со стороны поклонников, именно так и достигается высокий уровень.

Также привлечь внимание к ведущему можно с помощью создания закрытого имиджа. В таком случае зрители могут добавлять в образ сами те черты, которые они замечают и которые более убедительны. Отсутствие большого количества информации при создании такого образа, делает фигуру серьезней и значительнее. Но бывает и такое, что у людей формируется неоднозначное мнение, при слишком непонятной или неоднозначной натуре ведущего.

Требование масс консервативные и одинаковые, которые опираются на уже созданные шаблоны. Поэтому важно создать свой собственный стиль и образ, не схожий с другими, но подходящий под стереотипы общества, в котором мы находимся.

Самый распространенный прием управления имиджем - это слухи и скандалы. Это все привлекает внимание аудитории в СМИ, имя ведущего тогда упоминается часто. Также это делается для того, чтобы о человеке как о ведущем не забыли. К одному и тому же образу быстро привыкаешь а слухи возобновляют интерес его восприятия, ведущего становится видно при новом свете и в других обстоятельствах.

Также для улучшения имиджа создаются искусственные ситуации, где ведущий освещается в положительном ракурсе. Во время их описания преувеличивается или преуменьшается значимость событий.

Огромная ответственность ложится на человека, который выступает перед аудиторией, за ним наблюдают и слушают все, его речь оказывает сильное воздействие на подсознание людей, их взгляды, понимание ими тех или иных явлений жизни.

О зрительском контакте на российских ток-шоу можно говорить, рассматривая только внутреннюю аудиторию, а не внешнюю. Благодаря всей организации и специфике передачи устанавливается контакт со зрителем. Важно, как ведет себя ведущий, какие темы поднимаются в программе, герои, приглашенные на съемку, и сама атмосфера ток-шоу.

Сейчас хороший шоумен - это большая редкость. Острым и злободневным ток-шоу получается только при заранее продуманной работе ведущего. При полном изучении опубликованных высказываний будущих собеседников и возможном развитии событий в их споре.

Ток-шоу еще не совсем устоявшийся жанр в России, с ним постоянно происходят разного рода изменения. Для его зрелищности, привлечения внимания телезрителей шоумен должен иметь некоторые качества, выделяющие его среди всех современных журналистов на телевидении. Из всего сказанного стоит сделать вывод, что основным качеством на ток-шоу выступает зрелищность [5]. В процессе любой программы для телезрителей основным источником информации становится уже не только звучащая речь, но и мимика, жест, поведение собеседников, а нередко окружающая их среда. Именно зрелищностью объясняется широкое распространение жанра ток-шоу в телепрограммах. И именно она создается в зависимости от шоумена, имидж которого выстроен и создан для зрителей.

Список литературы / References

1. Багиров Э.Г. Основы телевизионной журналистики / Э.Г. Багиров. Москва, 1987. С. 238.
2. Ботьц Н. Азбука медиа / Н. Ботьц. Москва, 2011. С. 136.
3. Гуревич П.С. Приключения имиджа: Типология телевизионного образа и парадоксы его восприятия / П.С.Гуревич. Москва, 1991. С. 221.
4. Зверинцев А.Б. Формирование имиджа. Коммуникационный менеджмент. Санкт Петербург, 1997. С. 256.
5. Лазутина Г.В. Профессиональная этика журналиста: Учебник для студентов вузов / Г.В.Лазутина. - 3-е изд. Москва, 2011. С. 224.