

УДК 070.42:379.823]:17.022.1

DOI: <https://doi.org/10.18524/2308-3255.2022.28.268486>

РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ ІМІДЖУ ВЕДУЧОГО НОВИН НА СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ ТЕЛЕБАЧЕННІ (НА ПРИКЛАДІ ВЕДУЧИХ «ТСН» СВЯТОСЛАВА ГРИНЧУКА ТА НАТАЛІЇ ОСТРОВСЬКОЇ)

Олена Іщенко,

старший викладач кафедри періодичної преси та медіаредагування
факультету журналістики, реклами та видавничої справи
Одеського національного університету імені І. І. Мечникова
e-mail: olenka11121997@ukr.net

У сучасному інформаційному просторі важливу роль відіграють телевізійні новини, які є найзатребуванішою формою поширення інформації, а відтак, важливе місце займають ведучі новин. Адже телеведучі прямо чи опосередковано мають вплив на глядача та виступають посередниками між аудиторією та журналістами. Дослідник М. Маргалик писав: «У випуску новин ми разом з новинами отримуємо деяку психологічну підтримку, чи навпаки, відчуваємо її відсутність. Ведучий – це таке обличчя, на яке хочеться дивитися ще раз» [5]. Реципієнт, у свою чергу, споживає ту ключову інформацію, яку подає ведучий через екран телевізора. Цей ланцюг, на нашу думку, є безперервним, особливо зараз, коли аудиторія потребує оперативної інформації від ведучих про головне, що відбувається в країні.

У статті досліджено образ ведучого новин, його манеру викладу інформації, її доступність, а головне – особливості побудови іміджу. Було досліджено імідж Святослава Гринчука та Наталії Островської, які є одними з найупізнаваніших ведучих інформаційних новин на каналі «1+1», з метою кращого сприймання інформації, що носить новинний характер.

Ключові слова: імідж, іміджеологія, іміджева стратегія, образ ведучого, канал «1+1», «ТСН», Святослав Гринчук, Наталія Островська.

Актуальність дослідження. Постановка проблеми та її зв'язок із науковими та практичними завданнями.

Сьогодні поняття «імідж» можна зустріти в різних галузях: психології, філософії, політології, журналістикознавстві тощо. Важливими аспектами тут є носій іміджу (у нашому випадку – ведучий новин – О. І.); канал подачі інформації; суть інформаційного повідомлення; а також – сприйняття іміджу, і головне – його розуміння реципієнтом.

Вивченням проблеми формування ідеального образу займалися такі мислителі, як Сенека, Арістотель, Ж. Руссо, Г. Лебон та інші. Саме вони у своїх доробках розглядали це поняття з точки зору практичної цінності. А розробленням науково-теоретичних основ позитивного іміджу займалися такі дослідники, як М. Іванченко, Г. Почепцов, М. Андрющенко, Л. Матвєєва та інші.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Роботу ведучого досліджували такі вчені, як О. Гоян («Журналістська творчість на телебаченні»), Е. Байд («Ефірна журналістика»), Л. Матвєєва («Модель комунікативного акту»), В. Маргалик («Імідж ведучого телевізійної програми, його відповідність жанрові й тематиці»). Основою нашого дослідження стали праці українських науковців Г. Почепцова, О. Гояна, М. Андрющенко, М. Іванченка тощо.

Мета дослідження полягає в тому, щоб на прикладі новин «ТСН» з'ясувати, як будується образ ведучого на сучасному українському телебаченні, які його головні аспекти та чи впливає імідж ведучого на імідж усього каналу.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Для будь-якого медіахолдингу чи то будь-якої іншої корпорації важливою є так звана іміджева стратегія, що містить не лише контент і його технічну базу, а насамперед важливим тут виступає саме образ ведучих, які мають володіти такими рисами, що вирізняли б їх з-поміж інших телеведучих. Сюди можемо віднести стиль подачі інформації, її доступність; зовнішність ведучих тощо.

Сьогодні в журналістикознавстві існує багато визначень поняття «імідж». У своєму посібнику «Іміджеологія» Г. Почепцов визначає поняття іміджу як «цілеспрямовано створений образ». Він вважає, що «імідж – це лише частина процесу, іноді дуже важлива, але все одно лише частина за якою мають стояти реалії, а не лише той чи інший символ» [8, 89].

Кожній особистості притаманний певний імідж. Сьогодні багато людей можуть працювати над створенням іміджу однієї людини. Іміджмейкери працюють над створенням іміджів політиків, зірок шоу-бізнесу, організацій, корпорацій тощо. Тому наразі імідж відіграє одну з найважливіших ролей у сучасному суспільстві. Хоча, як зауважує Г. Почепцов, «відсутність іміджу – також імідж» [7, 22].

Дослідниця іміджевих імперативів на телебаченні М. Андрющенко переконана, що «імідж має вписуватися в межі особистості журналіста». А тому «визначальним чинником у формуванні іміджу на телебаченні є особистісний фактор, тобто творча й особистісна риса ведучого, кореспондента чи іншого учасника теледійства» [1, 94]. Тобто, виходячи зі слів дослідниці, можемо говорити, що для ефективної побудови іміджу ведучого важливими є як зовнішні чинники (зовнішність, стиль, постановка голосу, статура тощо), так і внутрішні – професійні якості, такі як обізнаність у темі, інтелект, вміння переконувати, аналітичний склад розуму тощо. На цьому наго-

лошує й американський дослідник Б. Льюїс: «Окрім фізичних даних – гарної зовнішності; приємного голосу й правильної вимови – ведучим потрібні ґрунтована освіта, знання життя і людей; розум та винахідливість; почуття гумору; терпіння; уява; ентузіазм; скромність та здатність працювати в колективі» [2].

На думку дослідника М. Іванченка, ведучі новин мають бути телегенічними. «Обличчя і постава перед об'єктивом камери відіграють першорядну роль у створенні іміджу. При цьому необов'язково вродливі від природи люди можуть бути телегенічними. Так зовні звичайна особа перед камерою може справити гарне враження, якщо володіє артистичністю» [4]. А ось дослідник В. Гоян вважає, що «імідж ведучого залежить від багатьох чинників, які впливають як на загальне сприйняття глядачем ведучого в кадрі, так і на дієвість його повідомлення» [3].

Таким чином, ведучі новин повинні уособлювати в собі, так би мовити, цілісний образ, тобто компонувати, як зовнішні, так і внутрішні характеристики. І тільки в разі цього поєднання, на нашу думку, можна досягти довіри з боку аудиторії. А для ефективно побудови комунікації з реципієнтом ведучим потрібно закріпити за собою сталий (упізнаваний) імідж.

На сучасному українському телебаченні спостерігається закономірність, щодо створення журналістського образу в контексті іміджу телеканалу. І медіахолдинг «1+1» є тому яскравим прикладом. Оскільки творча команда каналу приділяє особливу увагу іміджу ведучих, а відповідно випуски новин сприймаються через образи цих ведучих (до прикладу: важко уявити собі, що вечірній випуск «ТСН» у неділю буде вести хтось інший, окрім Алли Мазур, а «ТСН. Особливе» хтось інший, окрім Соломії Вітвіцької). Тому така актуалізація іміджу ведучих телеканалу є специфічною рисою загального іміджу «1+1».

У нашому дослідженні звертаємо увагу на імідж ведучих інформаційних випусків новин «ТСН» – Святослава Гринчука та Наталії Островської.

Цей тандем сміливо можна назвати одним із найкращих. Саме вони є провідними ведучими каналу «1+1», новинного випуску «ТСН». Особливої популярності вони набули у період повномасштабного вторгнення росії на територію України. Саме тоді найбільші телеканали країни об'єдналися в спільний телемарафон під назвою «Єдині новини», концепція якого полягає в тому, що медіагрупи ділять між собою по кілька ефірних годин на день. Таким чином забезпечується цілодобова й безперервна трансляція марафону [10]. Одними із головних ведучих від каналу «1+1» стали С. Гринчук та Н. Островська. Відтоді вони разом почали з'являтися в ефірах і повідомляти першими про те, що відбувається в країні. Тому імідж цих ведучих став об'єктом нашого зацікавлення, оскільки вважаємо, що їхній імідж і є власне іміджем «Телевізійної служби новин» воєнного часу.

Як ми вже зазначали раніше, телевізійний ведучий повинен поєднувати в собі такі риси, як компетентність, досвідченість, привабливий зовнішній вигляд тощо. Наталія Островська якраз і поєднує в собі ці характеристики. Незважаючи на свій до-

силь молодий вік (29 років – І. О.), ведуча гармонійно вписується в ефір випуску новин «ТСН». Її стиль, подача інформації, професіоналізм, виваженість у кожній інтонації зробили Наталію Островську однією з найупізнаваніших ведучих новин серед українського населення.

Аналізуючи випуски «ТСН» за участі Наталії ми дійшли висновку, що вона відмінно тримається в кадрі, а всі її ефіри органічно вписуються в формат новин. Ведуча не лише передає інформацію, яку отримала від журналістів, а й всебічно проявляє себе, свою авторську участь у процесі мовлення. Глядачам демонструється, що ведуча завжди в курсі подій, здатна об'єктивно донести інформацію до своєї аудиторії.

За нашими спостереженнями, імідж Наталії Островської професійно створений та продуманий, тобто можемо говорити, що він відповідає загальному іміджу телеканалу.

Якщо звернути увагу на зовнішній вигляд ведучої, зокрема на її одяг, то у ньому переважають брючні костюми та прямі сукні переважно світлих тонів – блакитного, сірого, білого кольорів. Саме така гама кольорів приваблює глядачів. Лише кілька разів за аналізований нами період вона з'являлася в червоному костюмі та чорній сукні. Тому можна констатувати факт, що її вбрання стримане та відповідає офіційно-діловому стилю, що є визначальною рисою практично всіх ведучих «Телевізійної служби новин». Для створення повноцінного образу Наталія використовує прикраси (сережки, кулони, каблучки), що тільки підкреслюють її стиль, але не привертають зайвої уваги.

Зовнішність Наталії приваблива й без додавання макіяжу. Тому в кадрі її можна побачити лише з трішки підфарбованими очима та легким рум'янцем. Голос приємний, дещо заспокійливий, хоча іноді відчувається природне хвилювання. У своїй мові вона доволі часто міняє інтонацію, особливо тоді, коли потрібно на чомусь наголосити, тоді вона підвищує тембр, а загалом у неї переважає середня висота голосу. Ведуча вільно володіє українською мовою. У своїх сюжетах дотримується всіх правил та норм літературної мови.

Н. Островська досить добре керує своєю мімікою. За нашими спостереженнями, вона завжди дивиться на камеру, і можна помітити, що ведуча нахилиє голову вправо, а коли говорить її колега, то погляд зосереджує на ньому; а ще можна помітити кивок головою, що символізує про підтвердження нею слів іншого ведучого. Щодо жестів, то коли ведуча тримає свій сценарій, підіймає вказівний палець вгору, і на цьому зосереджується увага. Часто це показується крупним планом.

У кадрі вона виглядає стриманою, хоч і повідомляє про страшні події, але, як зізнається в одному зі своїх інтерв'ю для каналу «1+1», «Нині, як ніколи, я розумію: мільйони людей чекають від нас новин і глядачі добре знають і бачать, в якому стані знаходиться ведуча. Тож права показувати страх у мене немає. Крім того, зараз не час для паніки. Паніка лише допомагає ворогу, тому потрібно максимально акумулювати свої внутрішні сили й продовжувати чинити супротив на своєму фронті,

аби щоденно наближати країну до Перемоги» [9]. Ці слова свідчать про те, що Наталія Островська професійно поводить себе в ефірі, показує лише те, чого вимагає від неї сюжет. Проте коли справа стосується болісних тем, то навіть стримана, виважена ведуча не може залишатися байдужою. Так було і в одному з ефірів «Нічної варті», де ведучими є Наталя Мосейчук та власне Наталія Островська. Ведуча зізнається: «Усі емоції, які накопичувалися всередині понад два місяці війни, вибухнули. Ніхто цього не очікував, і я також. Маю на увазі випуск присвячений Маріуполі, до якого доєднався телеведучий Андрій Бедняков. Він народився у Маріуполі, там нещодавно померла його мама, з якою він навіть не зміг попрощатися. Андрій був на лінії 15 хвилин і весь цей час плакав, про що ми не знали. І от коли його долучили до ефіру – ми не змогли вимовити ні слова [9]. Це свідчить про те, що за «залізною маскою» телеведучої ховається співчутлива, добра людина, яка разом з глядачем та героєм може показувати свої емоції на екрані. Кожен свій випуск вона завершує фразою: «Вірте у військових, вірте у себе та своїх близьких».

Отже, образ Наталії Островської – спокійний, врівноважений. Її невідсторонений погляд створює ефект відкритості та прагнення до діалогу зі своєю аудиторією. Вона блискуче знається в тому, про що вона інформує суспільство, розуміє текст та здається, що в будь-яких обставинах вона готова до імпровізації. Тому її імідж можна сміливо назвати як приклад іміджу самостійної, упевненої у своїх силах та знаннях ведучої новинного випуску.

Не менш цікавим, з точки зору дослідження телевізійного іміджу, є імідж ведучого Святослава Гринчука. С. Гринчук закінчив Львівський національний університет імені І. Франка та здобув професію журналіста. До команди «ТСН» доєднався в 2016 році, а в 2022 році став одним із головних ведучих інформаційної служби новин. На відміну від своєї колеги Н. Островської, Святослав досвідченіший ведучий, що спостерігається в його подачі новин. Він вільно почуває себе в кадрі. У його іміджі переважає офіційно-діловий стиль – смокінги, переважно темних кольорів (синього та чорного). Перевага надається сорочкам білого кольору, але останнім часом спостерігається заміна білих на чорні. Вважаємо, що такий перехід пов'язаний насамперед із подіями, які відбуваються в країні, їхньою трагічністю. Його образ довершують краватки, які кожного випуску зовсім різні.

Погляд Святослава Гринчука завжди з-під лоба, особливо коли дивиться в камеру. Інтонація спокійна, врівноважена, має середній тембр голосу. Він вільно володіє літературною українською мовою, що не може не радувати глядачів. У своєму мовленні ведучий не використовує слів-паразитів. Він вміло демонструє свою обізнаність у темах, оскільки сам неодноразово брав участь у створенні сюжетів та виступав кореспондентом у гарячих точках, тому цей досвід допомагає йому робити акцент на важливій інформації.

Якщо говорити про міміку, то мабуть це один із небагатьох ведучих, на обличчі якого важко помітити якусь емоцію. Він завжди зосереджений і здається принци-

повим у своїх діях. Час від часу можна побачити, що ведучий нахилиє голову вліво, особливо це помітно, коли він переводить погляд на об'єкт камери, а його ліва рука завжди знаходиться нижче правої тоді, коли тримає свій сценарій.

За спостереженнями, зробленими журналістами видання «Детектор Медіа», коли здійснювали моніторинг «Єдиних новин», було помічено, що Святослав Гринчук часто дозволяє собі робити власні припущення: «Святослав Гринчук у своїх випусках новин казав: “Там точиться інтенсивна і неймовірно виснажлива війна за перевагу на стратегічно важливій ділянці”. Або ж робив власне припущення: “Слідчий комітет росії кваліфікував справу як порушення правил безпеки й експлуатації, тож винними імовірно визнають саме загиблих пілотів”» [6]. А вже через деякий час це його припущення було використане й у гостьовій студії іншими експертами. Цей його жест був негативно схваленим та обговорюваним у соціальних мережах і на головному сайті програми «ТСН».

Святослав Гринчук у своїй роботі часто вдається до імпровізації та вимушений, через об'єктивні причини, на ходу змінювати сценарій. Особливо це було помітно у випуску новин від 24 жовтня 2022 року, коли ведучому двічі за ефір довелося дуже швидко зорієнтуватися та начитувати текст чи не вдвічі швидше за свій звичний темп, а також пропускати деякі позиції у сценарії, бо занадто швидко в інфографіці змінювалися показники. Саме його професіоналізм і знання допомогли ведучому вийти з цієї ситуації з мінімальною помилкою, і то не своєї, а суфлерів.

Образ Святослава Гринчука – спокійний, виважений, зосереджений. Саме цим він і запам'ятовується глядачам, про що свідчать дописи на офіційних сторінках Святослава у фейсбуці та інстаграмі. Він відкритий та керується швидше досвідом, аніж емоціями, а це, на наше глибоке переконання, є визначальною рисою для справжнього ведучого.

Висновки та перспективи дослідження.

Отже, розглянувши імідж ведучих Святослава Гринчука та Наталії Островської, можемо зробити висновок, що вони поєднують у собі як зовнішні, так і внутрішні чинники побудови ефективного іміджу. Вони мають приємну зовнішність, гарно поставлену дикцію, проявляють свій інтелект та обізнаність у темі, мають фахову освіту, що допомагає їм знайти контакт із своєю аудиторією. А оскільки вдало сформований імідж ведучого новинного випуску базується на поєднанні професійних та особистісних характеристиках, тому типаж ведучого має гармонійно вписуватися в формат програми, що ми власне й спостерігасмо (імідж цих ведучих, як було вже зазначено, штучно створений, тому повністю відповідає іміджу всього каналу «1+1»). Проте, щоб завоювати справжню любов та прихильність глядачів, недостатньо мати гарну зовнішність, а в першу чергу, потрібно мати обов'язкові складники професійного визнання та успіху ведучого, зокрема компетентність, досвід, знання, почуття впевненості у собі та своїх діях.

У наступних дослідженнях вважаємо за доцільне проаналізувати імідж ведучих новин на інших провідних українських телеканалах та зробити порівняльну характеристику задля досягнення та розуміння цілісної картини побудови ефективної іміджевої стратегії найбільших медіахолдингів України.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Андрущенко М. Ю. Іміджеві імперативи українського телебачення: монографія. Київ: Щек, 2008. 215 с.
2. Андрущенко М. Ю. Роль ведучого у творенні ефективної телекомунікації. *Наукові записки Ін-ту журналістики*, 2011. Т. 43. Квітень-червень. С. 113–118.
3. Гоян В. В. Журналістська творчість на телебаченні: монографія. Київ: Ун-т імені Тараса Шевченка. Інститут журналістики, 2011. 319 с.
4. Іванченко М. Ю. Психологічні проблеми в дискурсі іміджу телебачення. URL: <https://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article& article=1584> (дата звернення: 20.11.2022).
5. Маргалик В. Імідж ведучого телевізійної програми, його відповідність жанрові та тематиці. *Наукові записки Інституту журналістики*. Київ, 2003. Т.11. С. 70–84.
6. Моніторинг спільного телемарафону «Єдині новини» за 24 жовтня 2022 року. URL: <https://detector.media/shchodenni-telenovini/article/204323/2022-10-30-monitoring-spilnogo-telemarafonu-iedyni-novyny-za-24-zhovtnya-2022-roku/> (дата звернення: 24.11.2022).
7. Почепцов Г. И. Имидж: от фараонов до президентов. Строительство воображаемых мифов в мифе, сказке, анекдоте, рекламе, пропаганде и пабликкрилейшенз. Киев: АДФЕ-Украина, 2007. 382 с.
8. Почепцов Г. И. Имиджология. Киев: Ваклер, 2001. 698 с.
9. «Робота допомагає мені забувати про страх», – телеведуча «1+1» і марафону «Єдині новини» Наталія Островська. 17 травня 2022 р. URL: <https://1plus1.ua/tsn/novyny/roboata-dopomagaе-meni-zabuvati-pro-strah-televeduca-11-i-marafonu-edini-novini-natalia-ostrovska> (дата звернення: 26.11.2022).
10. ТСН. Телемарафон «Єдині новини» [відео]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=WXsDvZdWEA> (дата звернення: 24.11.2022).

УДК 070.42:379.823]:17.022.1

DOI: <https://doi.org/10.18524/2308-3255.2022.28.268486>

Representation of the news president's image on modern Ukrainian television (using the example of «TSN» presenters Sviatoslav Hrynychuk and Nataliya Ostrovska)

Olena Ishchenko,

senior Lecturer of the Periodical Press and Media Editing Chair
Faculty of Journalism, Advertising and Publishing
Odesa I.I. Mechnikov National University
e-mail: olenka11121997@ukr.net

In the modern information space, an important role is played by television news, which is the most popular form of information dissemination, and therefore, an important place is occupied by news presenters. After all, TV presenters directly or indirectly influence the audience and act as mediators between the audience and journalists. Researcher M. Margalyk wrote that: "In the newscast, together with the news, we receive some psychological support, or vice versa, we feel its absence. The presenter is such a face that you want to look at again" [5]. The recipient, in turn, consumes the key information that the presenter provides through the TV screen. This chain, in our opinion, is continuous, especially now, when the audience needs operational information from the presenters about the main things that are happening in the country.

The article examines the image of the news anchor, his manner of presenting information, its accessibility, and most importantly, the peculiarities of image building. The image of Svyatoslav Grinchuk and Natalya Ostrovska, who are among the most recognizable news anchors on the "1+1" channel, was studied in order to better perceive information of a news nature.

Key words: image, imageology, image strategy, presenter's image, "1+1" channel, "TSN", Svyatoslav Grynchuk, Nataliya Ostrovska.

REFERENCES:

1. Andryushchenko, M. J. (2008). Imidjevi imperatyvy ukrainskogo telebachennia: monografia [Image imperatives of Ukrainian television: a monograph]. Kyiv. 215 p. [In Ukrainian].
2. Andryushchenko, M. J. (2011). Rol veduchogo u tvorenni efektyvnoi telekomunikacii [The role of the presenter in creating an effective telecommunications]. *Scientific notes of the Institute of Journalism*. Vol. 43. April-June. pp. 113–118 [In Ukrainian].
3. Goyan, V. V. (2011). Jurnalistska tvorchist na telebachenni: monografia [Journalistic creativity on television: a monograph]. Kyiv. 319 p. [In Ukrainian].
4. Ivanchenko, M. J. Psihologichni problem v dyskursy imidju telebachennia [Psychological problems in the discourse of the image of television]. URL: <https://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article& article=1584> (access date: 11/20/2022) [In Ukrainian].
5. Margalyk, V. (2003). Imidj veduchogo televisiinoi programy, iogo vidpovidnist janrovi ta tematyci [The image of the host of the television program, its relevance genres and topics]. *Scientific notes of the Institute of Journalism*. Kyiv. Vol. 11. pp. 70–84 [In Ukrainian].

6. Monitoryng spilnogo telemarafonu «Iedyni novyny» za 24 jovtnia 2022 roku [Monitoring of the joint telethon «Edyni novyny» for October 24 in 2022]. URL: <https://detector.media/shchodenni-telenovini/article/204323/2022-10-30-monitoryng-spilnogo-telemarafonu-iedyni-novyny-za-24-zhovtnya-2022-roku/> (access date: 24.11. 2022) [In Ukrainian].
7. Pocheptsov, G. (2007). Imidj: ot faraonov do prezidentov. Stroitelstvo voobrazaemyh mifov v mife, skazke, anecdote, reclame, propaganda i pablikreishens [Image: from pharaohs to presidents. Construction Imaginary myths in myth, fairy tale, anecdote, advertisement, propaganda and public release]. Kyiv. 382 p. [In Russian].
8. Pocheptsov, G. (2001). Imageology. Kyiv. 698 p. [In Russian].
9. «Robota dopomagae meni zabuvaty strah», – televeducha «1+1» I marafonu «Iedyni novyny» Natalia Ostrovska (2022) [«Work helps me forget about fear», – TV presenter «1+1» and Natalia Ostrovska of the «Edyni Novyni» marathon]. 1+1. May 17. URL: <https://1plus1.ua/tsn/novyny/robota-dopomagae-meni-zabuvati-pro-strah-televeduca-11-i-marafonu-edini-novini-natalia-ostrovska> (access date: 26.11.2022) [In Ukrainian].
10. TSN. Telemarafon «Iedyni novyny» [TSN. Telethon «Edyni Novyny»] [video]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=WXsDvZdWEA> (access date: 11.24.2022) [In Ukrainian].