

Секция «Журналистика»

**Конструирование имиджа женщин-журналисток на современном
российском телевидении**

Сапранкова Эльвира Маратовна

Студент

*Южно-Уральский государственный университет, Факультет журналистики,
Челябинск, Россия*

E-mail: elya_saprankova@mail.ru

Большую роль в формировании образа современной женщины играют СМИ. Они не только отражают сформированные в социальной жизни нормы и ценности, но и способствуют их распространению и социальному освоению и даже создают новые поведенческие и эмоциональные идеи. Что касается женщин-телеведущих, то зачастую именно их поведение копируется зрительницами и становится образцом для подражания.

Профессиональный телеведущий обладает многочисленным спектром качеств. Успех программ обусловлен точно найденным образом телеведущего, соответствующим социальному заказу, моде, требованиям времени, и настроениям в обществе. Образ – целостное представление телеведущего аудиторией зрителей, он включает в себя два уровня: личностно-внутренний и имиджевый. Личностно-внутренний уровень – это профессиональные и нравственные качества телеведущего, а имиджевый – это его внешний вид и манера поведения, то есть имидж – это «фасадная часть» образа, создаваемая в зависимости от пожеланий аудитории. Однако от внешности телеведущего, его стиля, моральных качеств, интеллекта и умения держаться и вести себя в кадре во многом зависит популярность телепередачи. Но для каждого конкретного случая конструирования имиджа чрезвычайно важно, в каком конкретном наборе и в каких предлагаемых обстоятельствах эти качества соединяются с качествами телевизионной личности. Таким образом, имидж тесно связан с типажом телеведущего и зависит от его естественных врожденных внутренних и внешних характеристик.

Также стоит отметить, что конструирование телевизионного образа зависит не только от имиджа, то и от амплуа, выбранного журналистом. Это его профессиональная роль, которую он будет играть на телеэкране, и она требует синтез определенных физических, моральных, интеллектуальных и социальных черт. Поэтому амплуа, как роль и журналиста в телепрограмме, зависит от таких аспектов, как формат телепередачи, редакционная политика телеканала, концепция и жанр телевизионной программы, а также зрительских предпочтений.

Опираясь на эти факторы, а также на мнения таких исследователей, как О.В. Куприянова, Н.И. Ажгихина, В. Шамсулин¹, можно проследить распространенность или отсутствие каких-либо образов, имиджей, типажей и амплуа женщин-журналисток на современном российском телевидении. В результате анализа федеральных телевизионных программ, выходивших в эфир весной 2013 г., выяснилось, что наименее популярным, фактически исчезающим является образ «матери», в то время как самым популярным является образ женщины как «сексуального объекта». Кроме того, образы «женщины как сексуального объекта» и «деловой женщины» выполняют гедонистическую функцию и используются в коммерческих целях, что способствует разрушению

семейных и духовно-нравственных ценностей, утрате ценностных ориентиров и идеологии, а также дезориентации в культурном пространстве².

Проанализировав также образы, имиджи, типажи и амплуа женщин-телеведущих, работающих в разных телепрограммах (например, Ксения Собчак, Ирада Зейналова), можно сделать вывод, что профессиональные женщины-журналистки могут легко трансформировать свой имидж, опираясь на профессиональную роль, жанр и концепцию телепрограммы, а их внешний вид и позиционирование всегда соответствуют целям и характеру программы.

На телеэкране мало быть великолепным профессионалом, творческой индивидуальностью или просто обладать привлекательной внешностью. Конкретная ситуация требует синтеза качеств телеведущего, однако немаловажными факторами для создания антуража привлекательности также являются режиссерские и сценические средства.

Примечания:

¹Ажгихина, Н.И. «Железная леди» или Баба Яга? «Женская тема» в современной российской прессе / Н.И. Ажгихина // Режим доступа: <http://sengiley.narod.ru/mgu/imena/azhg> – 2012. – 13 апреля. Шамсулин, В. За прекрасных дам! Запись актов гражданского состояния / В. Шамсулин // Режим доступа: http://saturday.ng.ru/tv/2000_12_09/5tv.html – 2007. – 12 февраля.

²Куприянова, О.В. Образ женщины в средствах массовой информации в контексте гармонизации российского общества: дис. канд. филос. наук / О.В. Куприянова. – Чита, 2009. – С. 83.