

Трансформация имиджа телеведущего в сетевой среде.

Руссу Юлия Романовна

Студент (бакалавр)

Воронежский государственный университет, Воронеж, Россия

E-mail: russu-yuliya@mail.ru

Телевидение на протяжении многих лет являлось главным информационным источником для людей. Однако в последнее время серьезным конкурентом для него стал Интернет, который активно отвоевывает телевизионную аудиторию, особенно среди молодёжи. Это обусловлено тем, что Интернет представляет собой свободно модифицируемое пространство, которое в полной мере отражает интересы разных пользователей. Также Интернет может способствовать возвращению популярности того или иного телеведущего, к примеру, Леонида Парфёнова, который начал вещать на видео-хостинге YouTube. Кроме того, даже многие телевизионные продюсеры отмечают превосходство интернета в аспекте увеличения молодёжной аудитории. Об этом говорит генеральный продюсер телеканала НТВ Тимур Вайнштейн в интервью ТАССу.

Это понимают и некоторые телеведущие. Они активно создают свои каналы на YouTube, продвигают эксклюзивные проекты. Одним из таких стал Максим Галкин, который ведет как телевизионную передачу «Сегодня вечером» на Первом канале, так и развлекательное шоу «Музыкалити» на ютьюб-канале «Газгольдер». В связи с тем, что в ведении передач на телевидении и YouTube есть особенности, встал вопрос об их выявлении в сопоставительном аспекте.

Нами был проведен сравнительный анализ имиджа Максима Галкина как ведущего передач на телевидении и в Интернете, в результате которого мы нашли как сходства, так и различия по некоторым параметрам.

В телепередаче «Сегодня вечером» на Первом канале поведение Галкина можно описать как скромное, сдержанное. На шоу «Музыкалити» же Максим Галкин становится более открытым, искренним, позволяет себе колкие шутки, громкий смех и иногда даже язвительность.

Максим позиционирует себя как образованный мужчина, поэтому как таковых речевых ошибок не присутствует ни на телевидении, ни на YouTube, но за счет вседозволенности Интернета он позволяет себе применять ненормативную лексику, за которую сразу извиняется. В шоу на YouTube им допускается большее количество оговорок, чем на телевидении.

Внешность ведущего запоминающаяся. Но если на телевидении в одежде преобладает классический стиль в сдержанных тонах, то на YouTube он более повседневный и яркий. Телегеничность и личное обаяние Максима явно выражено в обоих случаях. Жестикуляция активная, описательная как на телевидении, так и в Интернете. Ею он сопровождает свою речь. Позы - свободные, открытые. Но в «Музыкалити» Галкин позволяет себе больше расслабленных и раскрепощённых поз.

Самое сильное изменение в имидже Максима происходит по фонетическим паралингвистическим параметрам. Например, заметно меняется паузация. На YouTube ведущий позволяет себе больше ситуаций обдумывания речи, а вследствие этого возникают непредвиденные паузы. Темп речи Максима Галкина в телепрограмме достаточно медленный. В «музыкалити» же прослеживается быстрая речь, слышно, как ведущий импровизирует, его текст не прописан заранее. Тональность общения - нейтрально-лексическая в обоих случаях. Отчетливость речи можно характеризовать как четкую артикуляцию. Как бы быстро Галкин не говорил, его речь всегда понятна. Тембр голоса - приятный.

Выявленные нами различия можно объяснить тем, что видеоблогер работает в среде, отличной от традиционной телекоммуникации. В силу персонифицированной формы подачи информации в блогосфере ему особенно важно быть запоминающимся, а в виду высокой конкурентности среды - важно выделяться на фоне других блогеров. В связи с этим имиджевые характеристики ведущего видеоблога отличаются от аналогичных характеристик ведущих традиционных телепередач.