# Глава 1. Специфика имиджа телеведущего

# § 1. Понятие имиджа, составляющие имиджа

Прежде, чем обратиться к анализу имиджа телеведущего и основных его составляющих компонентов, дадим определение самому понятию "имидж". Слово имидж (английское *image*, от латинского *imago*) в "Словарь новых иностранных слов" значит "определенный образ известной личности или вещи, создаваемый средствами массовой информации, литературой, зрелищами или самим индивидом,". Именно в таком значении это недавнее заимствование используется средствами массовой информации. В обыденной же речи зачастую слово имидж используется для обозначения нарочитой внешней стороны, видимости, а не реальности.

Имидж или статусный образ в социологии понимается как составная часть определенной социальной роли: имидж - совокупность представлений, сложившихся в общественном мнении о том, как должен вести себя человек в соответствии со своим статусом. Образ человека складывается из огромного числа семиотических подсистем: одежда и прическа, соматика (мимика и жесты), образ жизни в целом и тот или иной выбор поведения в конкретных ситуациях и, разумеется, язык - всё это разноплановые, но взаимно соотнесенные "тексты", которые образуют имидж индивида (В.М. Шепель).

В наше время важность стилистического единства имиджа журналиста возрастает в связи с тем, что материал, сделанный, например, неким персонажем, теперь, благодаря развитию электронных СМИ, для всё более широкого круга читателей стал соотноситься не только с определенным кругом уже известных текстов того автора, но и с совершенно определенным человеческим образом: по телевизионным выступлениям мы представляем голос и особенности устной речи, манеру одеваться, жестикуляцию и мимику и т.д. В отличии, например, от популярного в России начала XIX века Власа Дорошевича (российский журналист, театральный критик, признанный "король фельетона", обличавший пороки современной общественной жизни [21]), известного лишь малой части читательской аудитории по фотографиям, современный журналист большинству своих читателей именно знакoм, во многом - благодаря телевидению.

Изобретенное в начале XX века телевидение стало важнейшим средством распространения информации и одним из видов досуга. Важная особенность телевидения - личностный, доверительно-интимный характер телевизионного общения. Технологические возможности телевидения создают условия, чтобы у зрителя сформировались три своеобразных состояния общения: "эффект присутствия", "эффект диалогичности" и "эффект доверительности".

Благодаря этим эффектам, телевидение выступает в качестве мощного коммуникационного фактора, воздействующего на психологию людей разного возраста, формирующего их мировоззрение. Эффективность телевизионного общения с массовой аудиторией определяется личностным имиджем телеведущих. На заре вещания, когда телевидение только начинало готовить своих собственных профессиональных творческих работников, возник вопрос о том, кто имеет право обращаться к аудитории от своего имени, ведь зрители сознательно или бессознательно отождествляют и персонифицируют воспринимаемую с телеэкрана информацию с тем человеком, который её передает. По мнению Игоря Леонидовича Кириллова, одного из первых дикторов отечественного телевидения, ставшего впоследствии руководителем Школы дикторов, "*Диктор - это не просто лицо, читающее текст у микрофона, а личность, которая стремится воздействовать на зрителя умным доверительным разговором. Диктор должен не механически зачитывать тот или иной текст, а доносить главный смысл, заложенный в передаваемой информации. Для этого ему нужно много знать, глубоко разбираться в политике, экономике, научной и культурной жизни общества, быть достойным гражданином своей страны. По большому счету быть незаурядной личностью, имеющей моральное право обращаться и общаться с миллионами телезрителей* [16; 76]".

Чтобы иметь гарантированный привлекательный имидж телеведущего, необходимо уметь создавать с помощью различных режиссёрских и технических средств антураж привлекательности, который органично вмонтирован в конкретную сценическую ситуацию. В этом и состоит одна из главных особенностей создания имиджа телеведущего. Профессиональный имидж - важная составная часть имиджа. Интервальная жизненная стратегия нацеливает человека на достижение жизненного успеха в трудовой сфере. Профессиональная карьера в значительной мере зависит от уровня развития позитивного профессионального имиджа.

Каким же должен быть сегодня на экране облик ведущего? Каким должен быть его профессиональный имидж? По мнению кинорежиссёра Эльдара Рязанова, ведущему сегодня предъявляются такие профессиональные требования, как знание информационного продукта, наличие собственного мнения, умение держаться перед камерой и находить контакт с аудиторией. "*Ведущий,* - утверждает Э.А. Рязанов, - *чем-то сродни актёру, исполняющему роль самого себя. И чем вы естественнее и органичнее, тем теснее будет ваш контакт со зрителем*" [16; 84]. Но не менее важны и другие составляющие имиджа. Можно предположить, что это принципы, идеи, убеждения.

Не многие ведущие имеют персональных консультантов по имиджу, поэтому им следует уделить особое внимание технологии самопрезентации, т.е. технологии подачи себя, привлечения внимания телезрителей к своим лучшим личностным и профессиональным качествам. Виктор Максимович Шепель выделяет такие внешние составляющие имиджа, самопрезетанции, как *гигиена кожи лица, макияж, причёска, глаза, одежда, язык жестов* [16; 46-57]. Поговорим о каждом из них подробней.

1. ***Гигиена кожи лица.*** Телеведущему, как человеку публичной профессии, необходимо следить за кожей лица. На лице человека отражены его жизнь и жизненный опыт. Вот почему люди стремились на основании видимых внешних признаков сделать вывод о внутреннем состоянии человека. Это возможно потому, что всё, что бы ни делал человек, выражает его сущность. Об этом ещё 5000 лет назад писал Гермес Трисмегист: "Что внутри, то и снаружи, что снаружи, то и внутри" [19]. Кроме того, по форме лица можно немало сказать и о характере человека.
2. ***Макияж.*** Как женщины, так и мужчины на телевидении должны пользоваться косметикой, чтобы хорошо выглядеть. Нельзя появляться перед камерой без профессионально сделанного макияжа. В этом процессе большая роль отводится тонированию лица. Макияж телеведущего зависит от жанра телепередачи. Если это не яркое шоу и не праздничный выпуск, требующие образного или вечернего макияжа, то общая гамма должна быть пастельной, спокойной. Цвета - матовые, естественные, и никогда не перламутровые и яркие. Макияж призван подчеркнуть достоинства, приглушить недостатки. Сделать его необходимо профессионально, чтобы он соответствовал контрастному типу личности. Ничто в макияже не должно отвлекать внимания зрителей.
3. ***Причёска.*** Привлекательная причёска жизненно необходима для создания хорошего имиджа на экране. Ведущему важно уметь оценить, насколько форма, цвет и структура причёски "работают" на него перед глазом телекамеры. Волосы должны быть не только причёсаны "волосок к волоску", но выглядеть естественно и быть к лицу. Ведущим программы информационных новостей иметь чрезмерно сложную причёску не желательно.
4. ***Глаза.*** В оценке характера и судеб людей глаза занимают центральное место, зеркально отражая душу человека, поэтому начинать читать лицо советуют с глаз. Форма, посадка и блеск в глазах многое расскажут об их обладателе!
5. ***Язык жестов.*** По мнению В.М. Шепеля, имидж без выразительного языка взглядов и языка жестов маловыразителен. Жесты и мимика выдают весьма наглядную информацию о человеке, поскольку имеют рефлекторную природу. Поза, жест и мимика есть опредмеченное проявление чувств и мыслей людей. Телеведущий всегда должен помнить, что поза, жесты говорят часто гораздо больше, чем слова. Они должны соответствовать содержанию того, что происходит на экране. Жесты, мимика, поза могут эффективнейшим образом помочь создать атмосферу доброжелательности и искренности.
6. ***Одежда.*** При выборе одежды ведущему необходимо исходить из жанра передачи. Для передачи новостей одежда должна быть строгой. Важно, чтобы цвет одежды гармонировал с цветом кожи, тоном волос, он должен идти ведущему и не контрастировать с общим оформлением студии. Самые приятные тона одежды, которые могут использовать мужчины-телеведущие, это средне-синий, мягкий угольный, серовато-коричневый и зелёный. Белые рубашки на экране обесцвечивают лица белокожих людей, выглядят на них бледными и неинтересными. Предпочтительны светлые пастельные тона. При выборе галстука надо помнить, что не следует использовать галстуки цветов от насыщенных розовых до красного.

Российские модельеры, говоря о стиле наших телеведущих, оценивают его следующим образом. Признанный российский кутюрье Вячеслав Зайцев даёт положительную оценку стилю отечественных телеведущих: "*Я не просто думаю, а уверен, что у современного российского телевидения определился свой стиль, который под воздействием западных образцов приобрёл свой, не всегда убедительный, иногда излишне порочный, но свой стиль, который заставляет каждый день интересоваться, что же происходит в нашей стране и в общем мире*" [4; 27].

Другой российский модельер - Мария Шароева - разделяет мнение маэстро: "*Свой стиль у российского телевидения есть, однако это, скорее, стиль в манере говорить, вести передачу… Что касается одежды: некоторые передачи пытаются выработать свою стилистику, но не у всех, правда, это удачно получается. Я считаю, что добиться всеобщей стильности как в народе, так и на телевидении, невозможно, да и не нужно. Внешнему виду телеведущих порой не хватает не столько смелости, сколько сдержанности и вкуса, и главное понимания, что всякая одежда должна соответствовать теме, смыслу передачи*" [4; 28-29].

Фотохудожник и дизайнер одежды Лена Карин весьма категорична в своём ответе: "*Это очень коварный вопрос, потому что ответ на него очевиден - "нет", но это, скорее всего, не столько наша беда, сколько беда многих стран. Стиля нет ни у американского, ни у итальянского, ни у немецкого телевидения. Если быть точной, стиль есть у французского и английского телевидения, но и страны эти совершенно с другим стилевым авторитетом. Так что стесняться нечего. Есть куда стремиться. Прежде всего, у каналов не хватает фирменного стиля. Есть подача, есть PR-программа, но нет общего имиджмейкера. У разных программ есть, а у канала - нет. Соответственно, трудно держать марку. Кроме того, есть оплаченная реклама с предоставлением одежды ведущим. В силу отсутствия формата одежды, нельзя сказать рекламодателям, что предложенная реклама не соответствует формату вещания*" [4; 29-32].

Итак, телевидение обладает особым характером общения, главная роль в котором отводится ведущему. Он должен быть наделён даром коммуникабельности: создавать контакт со зрителями, вызывать у них ощущение того, что он видит аудиторию, умеет улавливать её настроение и ожидания.

Ещё одно важное качество телеведущего: он должен быть обязательно заинтересован в том, что делает, и делает он это не потому, что так надо, а потому, что это ему нравится, он получает огромное удовольствие от своей работы. Если это качество присутствует, то он всегда будет интересен зрителям.

Особенность телевидения в том, что визуальное изображение превалирует над звуковым сопровождением, впечатления зрительные над впечатлениями звуковыми. Действительно, при появлении телеведущего прежде всего воспринимаются его внешние данные. Оскар Уайльд писал: "*По внешнему виду не судят только самые непроницательные люди*" [19]. Первое впечатление, как известно, самое яркое и запоминающееся. Многие центральные каналы заключают договор с ведущими о том, что они не имеют права во время работы в кадре самовольно изменить свою внешность. Таким образом, внешность "человека в кадре" становится собственностью телекомпании.

# § 2. Эталонные качества телеведущего

Формулируя причины внешней привлекательности или, как говорят имиджмейкеры, смотрибельности телеведущего, Виктор Максимович Шепель выделяет следующие эталонные качества [16; 32-48]:

***1. Здоровый вид.*** Это первое по значимости качество внешне привлекательного образа телеведущего. Его внешний вид должен излучать здоровье и оптимизм. Телевидение требует от ведущего большого напряжения эмоциональных, умственных и физических сил. Поэтому забота о здоровье - обязательное условие успеха работы на телеэкране. Здоровые люди наиболее работоспособны, предрасположены к творчеству, им свойственны общительность и чувство юмора. Нездоровый, уставший человек не сможет выглядеть на экране эффектно: глаза, поза, мимика обязательно выдадут его подавленное внутреннее состояние.

***2. Гармония черт лица.*** Это качество имеет особое значение для всех телеведущих, но особенно для работающих в информационных программах, выпусках новостей, где поза статична и неподвижна и основное внимание телезрителей приковано к лицу. Этих телеведущих часто показывают крупным планом. Поэтому следует строже подходить к отбору теледикторов по физическим параметрам лица, работающих в названных жанрах.

***3. Красивые волосы.*** Это весьма желательная составляющая имиджа телеведущего. Но если природа не оказалась щедра, недостаток можно компенсировать хорошо уложенной прической, которая, соответствуя типу лица, "работает" на ведущего.

***4. Стройная и пропорциональная фигура.*** Далеко не все наделены хорошей фигурой. Но это не должно быть предметом особых переживаний. Наличие стройной и пропорциональной фигуры желательное, но не категоричное требование к работе телеведущего.

***5. Белые и ровные зубы.*** Это категорическое требование. Если у телеведущего больные дёсны, а зубы не здоровы, это обязательно будет видно на экране, особенно если передача идёт крупным планом. Белые ровные зубы дают возможность телеведущему красиво улыбаться. Писатель и журналист Н.И. Новиков писал: "*Улыбка всегда хороша, ибо она приоткрывает простой внутренний мир человека*" [19].

***6. Приятно звучащий голос.*** Вокал - это главнейшее вербальное средство телеведущего. Он играет важную роль в создании имиджа. Обладатель резкого, визгливого, "деревянного" голоса профессионально исключается звучать в кадре. Голос телеведущего должен обладать приятным тембром, быть гибким, пластичным, нагруженным эмоциональной теплотой. Следует всегда помнить, что люди воспринимают весьма чувствительно его тембровые оттенки, индивидуальность того лица, которое произносит речь. Ведущий обладает четкой дикцией и выразительными интонациями: ни одна запятая из текста не должна остаться непонятой аудиторией. Некоторые профессионалы заранее помечают текст особыми значками, обозначающими паузы, речевые периоды, снижение и повышение тембра, речевой мелодии, которая ни в коем случае не должна быть монотонной, усыпляющей.

***7. Выразительность жестов.*** Жесты так же, как и лицо, активно участвуют в создании имиджа. Они несут огромное количество информации. Если говорить о значении невербальных средств в работе телеведущего, то следует обратить внимание на такие весьма важные обстоятельства.

***8. Живой ум.*** Человек, обладающий живым умом, всегда интересен и собеседнику и зрителю. Богатое воображение, дар импровизации, умение нестандартно мыслить, живо реагировать на события, происходящие вокруг, - великолепные качества, которые желательно иметь телеведущим.

***9. Доверительность.*** Это качество бесценно для телевизионного общения. Ведущий призван демонстрировать своё искреннее отношение к тому, о чём он рассказывает с экрана. Важно, чтобы он был уважительным по отношению к своему собеседнику по телепередаче, тактично воспринимал его мнения и переживания. К сожалению, иные наши телеведущие бесцеремонны в обращении со своими собеседниками: не дают им высказать свои мысли полностью, часто перебивают встречными вопросами, которые к тому же не умеют чётко сформулировать. Видно, им не ведом совет Цицерона: не принимай свой разговор за вотчину, из которой надо вытеснить собеседника.

Внимание к внешним проявлениям имиджа не вытесняет психологической составляющей этой многокомпонентной структуры. Психологи настаивают на том, что базовой структурой имиджа является психотип. Классификация П. Волкова предлагает выделение таких психотипов, как:

1. Эпилептоидный (ему свойственны обстоятельность, злобноватость, вязкость, льстивость, мстительность, подозрительность и т.д.);

2. Инфантильно-ювенильный (характерные черты - яркость впечатлений, жизнь моментом, яркость воображения и фантазии, упрямое стремление поступать вопреки и т.д.);

3. Астенический (повышенная впечатлительность, аккуратность, исполнительность, скромность, усидчивость, "тихие увлечения" и т.д.);

4. Шизоидный (уход в себя, переживание личного одиночества, склонность к идеалистическому мироощущению);

5. Гипертонический (свойственны энергичность, предприимчивость, по натуре - явное лидерство, выразительный голос, живая речь и т.д.) [2; 150-186].

Профессиональный ведущий - это особый тип личности, обладающий целым спектром различных качеств. Эдакий греческий идеал: красота тела и духа. Профессионал-ведущий вносит в дом вместе с новостями ощущение спокойствия, стабильности, дает уверенность в том, что зрители получают самую объективную, самую правдивую и самую свежую информацию. При этом нужно умудриться подать все это естественно, без постановки.

Создание имиджа - это не только подчеркивание некой человеческой данности. Это еще и способность к преображению, к лицедейству, если хотите. Одна мелкая неуловимая деталь может разрушить или наоборот воссоздать образ. Здесь важны соответствие экранного образа и внутреннего мира тележурналиста.

Нельзя постоянно эксплуатировать когда-то найденный удачный образ. Если хочешь, чтобы на тебя обращали внимание, меняйся. При этом можно кардинально сменить имидж (хотя здесь следует быть предельно осторожным) или же дополнить его какой-либо новой деталью. К примеру, известная телеведущая Тина Канделаки постоянно удивляет телезрителей своей новой прической и ярким гардеробом, что уже стало частью имиджа.

Ведущий новостей, как правило, не красавец, но внушает симпатию. Он держится свободно, но не развязано. Демократичен, но не вульгарен. Не принадлежит к занудным интеллектуалам, однако излучает понимание и сочувствие. Он - сама уверенность, но не самоуверенность. Помимо этого ведущий обычно человек эрудированный, знающий жизнь и людей; умный и находчивый; с чувством юмора; энтузиаст по натуре; терпеливый. Особенно ярко эти качества проявляются (или чувствуется их недостаток) в форс-мажорных ситуациях, когда происходят незапланированные прямые включения, и у ведущего нет достаточного количества времени для подготовки или же вовсе информация поступает в студию прямо в эфире и ведущий видит ее первый раз.

Образ телеведущего - это тот образ жизни, который идеологи программы и телеканала предлагают зрителям как образец для подражания. Являясь стержнем производства, имидж ведущего становится основным режиссерским приемом, определяющим весь остальной набор выразительных экранных средств. Именно через ведущего автор программы транслирует открытым текстом или в завуалированной форме свою основную идею.

Успех программ обусловлен точно найденным имиджем, соответствующим социальному заказу, моде, требованиям времени, и настроениям в обществе. Точно найденным фирменным стилем телепрограмм, где наряду с содержанием уделяется внимание оформлению студии, заставкам, символам, атрибутике, использованию таких важных факторов воздействия, как цвет, свет, музыка. Имидж ведущего формирует тип контакта с аудиторией. Однако изменение современных требований корректирует и сами имиджи. Это становится научной проблемой, поскольку формирование имиджа - многогранный творческий процесс, требующий профессионального мастерства. Удачно найденный имидж - это не только успех у зрительной аудитории, но и часть творческой биографии журналиста.

Таким образом, можно сделать вывод, что имидж телеведущего складывается из множества факторов: речи, голоса, внешнего вида, жестов, мимики, одежды, интеллектуального уровня, степени доверия ему аудитории. Но для каждого конкретного случая бытования имиджа чрезвычайно важно, в каком конкретном наборе и в каких предлагаемых обстоятельствах эти качества соединяются с телевизионной личности. Модель Д. Голдхабера - пример попытки такого объединения. Многие исследователи "человека на экране" (Н.Н. Богомолова, О.Т. Мельникова, Е.Е. Пронина и др.) при описании типажей телегероев используют харизматическую модель социолога-практика Д. Голдхабера.Д. Голдхабер предлагает несколько элементов харизмы (личного магнетизма), посредством которой и происходит рождение нового образа (имиджа): внешность, привлекательность, "ожидаемость" высказываний, действия, профессиональное мастерство. Первый тип - "герой", идеализированная личность: смел агрессивен, говорит, "что мы хотим", выглядит, "как мы хотим". Второй - "антигерой", "простой человек", один из нас, выглядит "как мы все", говорит, "что и мы". С таким коммуникатором зритель чувствует себя безопасно. Третий тип - "мистическая личность" - чужой нам, необычный, непредсказуемый человек. Его реакции всегда уникальны, он держит аудиторию в постоянном напряжении, и этим интересен. Эта модель, будучи метафорической и довольно "свободной", по характеру наполнения чрезвычайно точна и практико-ориентирована [18].

# Глава 2. Сравнительный анализ имиджа телеведущих Михаила Осокина и Анатолия Лазарева

***"Нельзя играть роль ведущего, а надо быть им",* телеведущая Валентина Михайловна Леонтьева.**

Имидж телеведущего складывается из множества факторов: внешности, речи, голоса, жестов и мимики, умения держать себя на экране, манере подачи новостей. Имидж складывается и из таких параметров, как интеллектуальный уровень, степень коммуникабельности, наличие умения работать в прямом эфире, способность расположить публику к себе, а так же фактор удовольствия, которое журналист получает от своей работы.

Для сравнения и анализа мы выбрали двух абсолютно разных телеведущих, чьи имиджи по определению полярны, - Михаила Осокина, телеведущего программы новостей "24" на канале REN, и Анатолия Лазарева, телеведущего "Ночных новостей" на Первом канале.

# § 1. Характеристика имиджа Михаила Осокина

Краткая биографическая справка, отражающая основные этапы профессионального становления Михаила Осокина, выглядит следующим образом. Родился 14 января 1952 г. в городе Калинин (ныне Тверь). Был отчислен со второго курса МГУ за участие в студенческой забастовке с формулировкой "За антикоммунистическое отношение к общественной жизни и труду" и восстановлен после службы в армии. В 1971**-**1973 гг. служил в военно-воздушных силах, был командиром отделения. В 1973 г. поступил на исторический факультет МГУ, учился в аспирантуре, защитил кандидатскую диссертацию по истории Ближнего Востока. С 1977 по 1990 гг. работал на радио: на Иновещании и в редакции вещания на США и Англию. В 1990 г. пришёл на телевидение: начинал с репортажей, потом был ведущим утренней программы, затем ведущим ночного выпуска новостей "ТСН". В 1993 г. перешёл в только что созданную тогда телекомпанию НТВ, где проработал вплоть до весны 2001 года, когда в одну ночь сменилось руководство компании. В числе тех, кто с этим не согласился, был и Осокин. С 2001 по 2003 гг. был ведущим новостей на ТВ-6, а затем на ТВС. В 2003 г. вернулся на НТВ, на котором проработал до 2005 года. С 2006 по 2008 гг. работал на телеканале RTVi. С сентября 2008 г. - автор и ведущий итогового выпуска новостей "24" на канале REN [31].

Анализируя значимые факты биографии Михаила Осокина, можно сделать вывод, что следующие ключевыми, знаковыми и "имиджевыми" стали для него:

1. Классическое образование историка, защита кандидатской диссертации.
2. Смена вида деятельности, когда Осокин оставил карьеру учёного и пришёл на телевидение.
3. Расставание в 2001 году с каналов НТВ по причине несогласия с политикой нового руководства канала.
4. Начало работы на канале REN.

Эти факты свидетельствуют о способности Осокина к принятию решений, высоком интеллектуальном потенциале и сформировавшейся жизненной позиции.

За 20-тилетнюю работу на телевидении у Михаила Осокина сложился свой неповторимый стиль подачи новостей и свой особый имидж, повторить который довольно-таки непросто. Наверное, именно такая манера привлекает многочисленную аудиторию итоговой передачи новостей "24", которая выходит с понедельника по четверг на канале REN.

По типу темперамента, как признался сам Михаил Осокин, флегматик: он спокоен, не любит ни с кем конфликтовать, упорен и трудолюбив, речь и движения неторопливы. Обычно флегматики - это настойчивые и упорные люди, которые скупы на эмоции. Эти характеристики в полной мере присущи Осокину: ведь именно благодаря своей упорной работе и настойчивости он стал журналистом, а не историком, как пророчили ему многие. Отдельно стоит сказать про скупость эмоций: когда Осокин ведёт новости, сложно предположить, что он думает и чувствует в этот момент. Ни улыбкой, ни жестами он не выражает никаких эмоций. По мнению Осокина, показывать свое отношение к информации ведущий права не имеет. Он должен просто рассказывать о том, что происходит. Зато отношение должны высказывать люди в интервью, которых он привлекает. "*Ведущий находится в стороне. Он как в зоопарке. Просто смотрит за тем, что происходит в клетках,* - говорит Михаил Глебович. - *На нынешнем же телевидении ведущих нет, а дикторы лишь зачитывают листочки, на которых "написана пропаганда*" [26]. У флегматиков довольно скупая мимика и жестикуляция: на самом деле, самое большое, что делает Осокин на экране, так это тяжело моргает глазами и неторопливо разводит руками, иногда делает акцент на словах вытянутыми указательными пальцами. Прочитать что-либо по лицу флегматиков просто невозможно: будь то радостная новость или сообщение о гибели сотни людей, Осокин внешне остаётся абсолютно беспристрастен. Улыбку на его лицо можно заметить в крайне редких случаях. Елена Савина: "*Невозмутимость - первое слово, которое следует за фамилией "Осокин". Невозмутимость суть стремление к прозрачности, холоду и льду*" [7, 27].

Для сравнительного анализа мы выбрали классификацию практического психолога Волкова Павла, которая нам кажется наиболее показательной для характеристики имиджа телеведущего. Эта классификация выявляет доминантные особенности психотипа личности.

По классификации Волкова [2; 150-164] Михаил Осокин принадлежит такому психотипу, как астеник: он аккуратен и исполнителен, является добросовестным работником. Елена Савина, жена и шеф-редактор программы "*Сегодня" на НТВ и в новостях ТВ-6 и ТВС: "Осокин - это смертельная работоспособность. Все совершается в положенное время, с точностью неумолимых к себе часов, вне зависимости от канала и названия программы*" [7, 27].

Отличительными чертами астеника является скромность, усидчивость и порядочность [2; 151]: в жизни Осокин не любит пышных компаний, банкетов, светских вечеров, предпочитая им провести вечер дома с книгой (ещё одна из характерных особенностей астеника!), "*Чтение - моя страсть",* - сказал он [28]; не любит водить автомобиль и, как признался в интервью сайту Рeople.ru, ни за что в жизни не приобретёт машину. Он отлично справляется с кропотливой работой и записывает всё, что ему необходимо, полезно, на бумагу (кстати, отсюда и сложился миф, что Осокин обладает феноменальной памятью: "*Просто я всегда все записываю - каждую мелочь. Поэтому у многих создается впечатление, будто я помню все на свете" [24])*. У астеника спокойные тихие увлечения: как я уже сказала, это чтение книг:

*Хорошие авторы - Сименон, Кристи - позволяют расслабиться. Но, конечно, больше люблю абсурдистско-модернистскую литературу. Есть замечательные писатели - Милорад Павич или Эжен Ионеско. Из наших - перечитал всего Пелевина. С интересом беру в руки исторические мемуары, тем более факты из этих книг здорово помогают в работе, - рассказывает о себе Михаил Осокин [28].*

К этому можно добавить ещё одно "тихое" увлечение - коллекционирование марок:

*По моей коллекции можно проследить территориальные изменения в мире, когда какая часть страны была оккупирована в ходе войн. Например, есть марка фашистской Германии с печатью Украины. Сейчас, правда, пыл поугас, филателией так не увлекаюсь [28].*

Одевается Осокин неброско, скромно, аккуратно. Одежда ведущего всегда чиста, отутюжена и хорошо сидит. О разнообразии судить не приходится: чаще всего на экране Осокин появляется в пиджаке тёмно-серого стального оттенка, изредка - в чёрном жакете. Как признался сам ведущий в одном из интервью, он приобрёл для работы несколько пиджаков. Но, так как не любит официальные костюмы и ценит удобство, сочетает их с джинсами. На самом деле наблюдательный человек может заметить, что в основном Осокин меняет галстуки и рубашки.

Астеники никогда не бывают толстыми. Особенности их телосложения: худощавость, узкие плечи и грудная клетка, длинные ноги, длинный и тонкий нос. Под все эти описания подпадает и субтильный Михаил Осокин.

Павел Волков выделяет варианты астенического характера, и ведущего канала REN можно отнести к астеникам, "застрявшим" в гиперкомпенсации, то есть: благодаря ей многим астеникам удаётся сделать блестящую карьеру. Как правило, эти астеники отличаются особенно острым самолюбием-честолюбием, наличием так называемого стенического жала. Однако даже став начальниками, они не воцаряются в кабинете, сохраняют человечность [2; 164]. То же самое можно сказать и про Осокина: в интервью "Комсомольской правде" он признался, что ему нравится быть ведущим именно новостной передачи, он любит острые моменты: "*В этом весь драйв*, - говорит он, - *Это ведь как салат оливье - столько всего понамешано*" [24]. Елена Савина: "*Я думаю: ему проще сделать самому, чем искать крайнего. Вряд ли он прирожденный руководитель. Но если ради работы необходимо руководить - что ж, он "выполняет функции ста человек" и разве что не знает номер машины, выехавшей на съемку*" [7; 30].

Комментарий Елены Савиной: "*Ему ничего этого не надо. Комната, в которой мы разговариваем - пенал общей площадью метров восемь - "самый роскошный" из всех кабинетов, которые были у Осокина на телевидении. Некоторое время он делил ее со Светланой Сорокиной. До того как за Осокиным закрепили "иностранную машину", он ездил на раздолбанном "Жигуле", я не уверена, что Осокин заметил разницу*" [7; 30].

Но чаще всего, утверждает П. Волков, встречаются смешанные психотипы [2; 176]: "смешать" астеника Михаила Осокина можно с другим типом - эпилептоидом. Такой человек аккуратен, консервативен, педантичен, всегда уравновешен, пунктуален и трудолюбив, надежен и расчетлив. Речь у людей этого психотипа спокойная, обстоятельная. В одежде они предпочитают классический стиль.

Увлечение у эпилептоида практичные, например, коллекционирование вещей, имеющих прикладное значение (например, упоминавшееся выше - коллекционирование марок).

Имидж - это целостный образ, слагающийся из множества факторов: одежды, внешнего вида, среды, его манер, привычек, жестов, мимики, мировоззренческих и морально-этических установок, социальных стереотипов.

Одной из важнейших составляющих имиджа телеведущего является внешний вид. Кожа, зубы, волосы, одежда - всё должно быть в идеальном состоянии. Насколько же этим требованиям соответствует Осокин?

Замечу сразу, что Осокину 58 лет, но выглядит он намного моложе. Внешний вид у него всегда ухоженный, волосы коротко подстрижены, костюм отутюжен. В укор лишь можно поставить нездоровый оранжевый цвет лица, который "гармонично" сочетается с основным цветом студии и заставки программы. Немаловажным компонентом внешнего облика ведущего являются белые ровные зубы. Но судить о состоянии таковых и Осокина сложно: в эфире он практически не улыбается. Судить можно только по фотографиям из Интернета: улыбка Михаила Осокина в прекрасном состоянии. Зеркалом души каждого человека по праву считают глаза. Шепель в своей книге "Имиджелогия. Как нравиться людям" [16; 58-72] говорит о том, что по форме, положению и блеску в глазах можно многое сказать о человеке. У Осокина внешние уголки опущены вниз, что выявляет в нём довольно критичного человека. Квадратная форма лица Михаила Осокина свидетельствует об интеллекте, чувствительности, уравновешенности и рассудительности. Люди, имеющие такое лицо, обладают организаторскими способностями и ярко выраженной целеустремлённостью. Это так называемый аристократический тип [2; 125-128].

Ещё один важнейший элемент имиджа телеведущего - речь и голос. Голос - это главнейшее вербальное средство телеведущего, ведь он играет важнейшую роль в создании имиджа. Невозмутимо меланхоличен голос Михаила Осокина - лучшее средство против паники или аффекта. Осокин то и дело подпускает непроизвольную (в голосе выраженную) иронию. Большой известностью среди коллег пользуется его знаменитая коллекция журналистских оговорок и аллюзий. Среди них есть несколько весьма занятных. Например, во время юбилея К. Маркса была показана передача "Попугай Карлуша"; накануне XXV съезда партии была снята передача "Опять 25". Прошла в эфире и такая оговорка: "Блин Клинтон". Давний друг Михаила Е. Киселев считает, что Осокину нужно опубликовать эту свою коллекцию в качестве учебного пособия для журналистов [27].

Речь Михаила Осокина нерасторопливая, медленная. Он редко делает акцент на словах интонацией, чаще всего жестами. Жестикуляция Осокина небогатая - когда он говорит, то просто разводит руками. Его коронный "мимичный" знак - в конце подводки медленно, даже тяжело, моргнуть глазами.

Немаловажным является и то, как ведущий работает в студии, получает ли он удовольствие от своей работы, активно ли вступает в контакт со зрителями, как реагирует и ведёт себя в "непредвиденных ситуациях. По Михаилу Осокину сразу заметно, что чувствует он себя как рыба в воде. Он любит делать именно новостные передачи: сам пишет подводки и озвучки, работает без телесуфлёра, так как он, по его мнению, отвлекает и не даёт сосредоточиться и расслабиться. В экстремальных ситуациях Осокин не паникует, ведь он любит весь этот "винегрет":

(из интервью "Kp.ru", 2009 год)

*Вы работаете в прямом эфире. Часто, наверное, возникают ситуации - "не по сценарию".*

Ну конечно, такое случается. Вот перед самым отпуском я вдруг за минуту до эфира увидел интересную новость в Интернете. Прочитал ее прямо с компьютера. Это было, как вы говорите, "не по сценарию". Мне такие моменты нравятся.

Шендерович говорит: "Если бы во время эфира в студию вошла собака, Осокин бы машинально погладил ее по голове" [7; 29].

Все эти наблюдения позволяют нам придти к выводу о том, что Михаила Осокина можно отнести к смешанной харизматической модели Д. Голдхабера, то есть ко второму и третьему типу. Осокин - это "антигерой", простой человек, с которым зрители чувствуют себя безопасно (второй тип). Он один из нас, но одновременно с тем он мистическая личность, человек непредсказуемый и необычный (третий тип) [18].

# § 2. Характеристика имиджа Анатолия Лазарева

Краткая автобиографическая справка, размещённая на официальном сайте Первого канала, отражает основные этапы профессионального становления Анатолия Лазарева и выглядит следующим образом.

"1976 г. - родился в Москве. 1976-83 гг. - счастливое детство. Частично в Москве, частично в Нью-Йорке, где родители были в служебной командировке. 1983 - 93 г. - счастливое детство закончилось, так как началась школа. Сначала московская, потом Нью-Йоркская, потом снова московская, но уже другая. 1993 - 1998 гг. - МГИМО, факультет международной информации. Языки: немецкий и английский. На старших курсах начал подрабатывать переводчиком-синхронистом. Думал, что лучше профессии нет на свете.2 сентября 1997 г. и по сей день - узнал, что профессия лучше всё-таки есть. Попал на преддипломную практику на ТВ. На Первый канал (тогда еще ОРТ). Уже через 4 дня вышел в эфир мой первый сюжет. Прекрасно его помню: про станцию МИР, тогда её постоянно ремонтировали. Был корром, спецкорром, комментатором, собкорром в Великобритании. С января 2007 года - ведущий "Ночных Новостей" [17]".

Анализируя автобиографические высказывания Анатолия Лазарева, можно сделать вывод, что знаковыми и имиджевыми для него стали следующие ключевые факты:

1. Детство, которое он провёл в двух странах, - США и России, отсюда - знание иностранного языка, выбор факультета, работа собкором в Великобритании.
2. Приверженность британскому стилю одежды - casual, чрезвычайно важная для имиджа ведущего.

Лазарев на телевидении около 13 лет, но судить о профессиональном имидже его как ведущего довольно-таки сложно, так как на этом посту он пребывает не более трёх лет. На мой взгляд, Лазарев подаёт новости на Первом канале очень жёстко и напористо - так, как никто из его коллег. При этом он причисляет себя к флегматикам, которые отличаются спокойный темпераментом, медлительностью и рассудительностью. "*Это помогает не терять голову в экстремальной ситуации*", - говорит он. Стоит прокомментировать, что информации об Анатолии Лазареве, особенно бытового содержания, значительно меньше, чем и Михаиле Осокине. Автору приходилось основываться (помимо анализа новостных материалов) на личной интернет-переписке с телеведущим, что является довольно субъективным источником. Лазарев на экране и Лазарев в жизни - это два разных человека. Поэтому будем исходить из характеристики флегматического темперамента: эти люди настойчивы и упорны, их сложно вывести из себя, они ровно и спокойно идут по жизненному пути, скупы на эмоции, обстоятельны до занудства и надежны; очень слабо реагируют на внешние раздражители, медленно перестраиваются, сходятся с людьми, ненаходчивы; сидя, они могут подолгу сохранять одну и ту же позу, жестикуляция и мимика скупая, прочитать что-то по их лицу невозможно, речь неторопливая, они неразговорчивы, не любят праздной болтовни [20].

Стоить сказать и о том, как флегматик ведёт себя в сложных и экстремальных ситуациях: он будет самым надёжным сотрудником. "*Я - человек эмоциональный, но умеющий держать себя в руках. Во время работы никаких нервов, все нервы потом*", - говорит о себе Лазарев.

Если говорить о психотипе Анатолия Лазарева, то я бы отнесла его к истероидам-гипертимам [33]. Истероид контактен и коммуникабелен, эгоистичен и любит работать на виду, как правило, выбирает профессию журналиста. Одевается он броско, даже экстравагантно, любит яркие цвета и блестящие аксессуары, умеет красиво говорить, обладает проникновенным, интонационно убедительным голосом. А грациозные жесты, богатая мимика дополняют портрет этого психотипа. Увлечения у истероидов, как правило, необычные, в свете новых веяний. Такой человек во всем любит оригинальничать и подчеркнуто демонстрировать собственные достоинства.

Гипертим вынослив, энергичен, предприимчив, склонен к риску, любит одновременно затевать множество дел, во многом преуспевает:

*Нужен результат? Сделай сам! Я во всём такой!*

Голос у гипертима выразительный, речь живая, жесты энергичные. Человек этого психотипа обычно - душа компании с прекрасным чувством юмора. Гипертим предпочитает быть в центре внимания и нуждается в свите.

По натуре он явный лидер. Как правило, гипертим выбирает профессии, предполагающие интенсивное общение. Где бы ни работал, становится руководителем. Увлечения у людей этого психотипа весьма разнообразные - спорт, рестораны, казино, баня, ипподром. Одеваются гипертимы модно, но не экстравагантно, демонстрируя хороший вкус [33].

Все эти характеристики в полной мере подходят именно Лазареву. Выглядит он всегда ярко, даже если на нём простой чёрный пиджак и пастельного цвета сорочка. Смотрится он, нужно заметить, всегда безупречно: отутюженные рубашки, пиджаки, причёска в идеальном состоянии, модно стриженная бородка. Свой имидж он дополняет "прозрачными" очками без оправы, которые подчёркивают интеллектуальную составляющую имиджа. Кстати, носит он их только на работе. Иногда может позволить себе несколько нестандартные модные костюмы в полосочку или, например, пятнистый галстук. Он всегда демонстрирует отличный вкус и ухоженность. Он, как и Осокин, для своих 34 лет выглядит очень молодо и свежо. На коже Лазарева всегда наложен идеальный тон, зубы белые, ровные. Думаю, здесь накладывает свой отпечаток его работа корреспондентом в Великобритании. Отсюда - выверенный стиль в одежде, в котором, однако, прослеживаются черты стиля денди.

Немаловажным критерием для ведущего является гармония черт лица: у Лазарева мужской волевой подбородок, прямой нос, высокий лоб, чуть вздёрнутые брови, небольшие ярко очерченные губы. Это качество является не менее важным для "лица" канала, так как внимание зрителей зачастую бывает приковано к лицу ведущего. Благодаря тому что и кожа, и пропорции лица у Анатолия Лазарева находятся в полном порядке, его нередко показывают крупным планом. Квадратная форма лица указывает в нём на человека сурового, мужественного, энергичного и динамичного, стремящегося к лидерству. В общении он настойчивый и прямолинейный, нередко бывает грубым и жёстким. Но маленькие глаза выдают в нём человека закрытого и упрямого. И чуть вздёрнутые вверх внешние уголки глаз, говорят о решительности. Кроме того, Лазарев может похвастаться великолепной фигурой, хорошим сложением тела, которое умело подчёркивают с помощью костюмов ведущего.

Пожалуй, его коронным "манёвром" в ведении передачи является речь и голос. Лазарев довольно-таки эмоционален при подаче новостей, голосом он ставит ударения на те фразы и слова, на которых хочет сделать акцент для зрителей. Манеру речевого поведения Анатолия Лазарева я бы определила как "напорную", наступательную; он как будто бы силой пытается доставить в Ваш дом последние новости. Говорит он резко, быстро.

Мимика у Анатолия Лазарева довольно-таки скупая, весь акцент делается на голосе. Сдержанная жестикуляция и сосредоточенный взгляд словно бы зримо передают на экране мыслительный процесс.

Что касается увлечений (а истероидам свойственны увлечения в свете новых влияний), то, как рассказал сам Лазарев, он любит заниматься спортом:

*Сноуборд, футбол, фристайл-слалом на роликовых коньках, которым я серьезно занимаюсь с 2000 года. Музыка: когда-то сам сочинял-музицировал, теперь слушаю других. Из последних впечатлений - белорусский рок-исполнитель Атморави. Собираю приколы и нелепости. Фотографирую. В "Одноклассниках" есть целый альбом. Сейчас увлекся "Твиттером".*

Важным фактором определения профессионального имиджа телеведущего является его удовлетворение от работы в эфире.

*От работы я получаю колоссальное удовольствие! -* признался Лазарев.

Однако я просматриваю некоторую напряжённость в его работе на экране. Может быть, это связанно с тем, что он пытается излишне строго и настойчиво подавать новости.

Проведённый анализ показывает нам, что Анатолий Лазарев - представитель первого типа харизматической модели Д. Голдхабера. Это типичный герой, идеализированная личность: он смел, говорит, что "мы хотим", и выглядит, "как мы хотим" [33].

имидж телеведущий лазарев осокин

# Заключение

Современный телеведущий создает свой неповторимый имидж, создаёт его всем своим творчеством, авторским почерком, стилем работы, образом жизни. Имидж телеведущего - сложная конструкция, которая складывается из множества факторов и формируется в течение долгого времени. Внешнее и внутреннее в структуре имиджа неразрывно связаны.

Зритель больше доверяет зрелому, опытному, основательному, уверенному в себе ведущему. В этом случае, как ни странно, положительно играет взрослый возраст человека. Молодость, красота, обаяние вызывает симпатию у зрителей. Но солидный мужчина-диктор привлекает значительно больше. И в этом плане имидж Михаил Осокин явно выигрывает: на профессиональном поприще он уже более 20 лет, в то время как Анатолий Лазарев - 13. Помимо солидного стажа, Осокин может похвастаться званием "Лучшего ведущего информационной программы" за 2005 год по версии "Комсомольской правды" и "Тэффи", которую получил в 2009 году как "Лучший ведущий информационной программы" [23].

Но, как я уже говорила, внимание зрителя в первую очередь привлекает внешний облик телеведущего, поэтому на него-то журналисту и нужно делать акцент. На телеэкране выразительно смотрятся и Осокин, и Лазарев. Они всегда выглядят элегантно, ухоженно. Но здесь уже в некотором плане выигрывает Анатолий Лазарев: он моложе, выглядит свежо, в то время, как у Осокина характерны мимические морщины и несколько неестественный цвет лица.

Судя по тому, как дикторы ведут себя в прямом эфире и как ведут передачу, можно сделать следующие выводы. Имидж Михаила Осокина сложился органически. Он не сформирован изнутри командой стилистов, не "выведен" искусственно группой профессионалов. Осокин сам выработал свой образ и свой стиль, а визажисты и имиджмейкеры лишь доработали его, придали ему завершённость.

Имидж же Анатолия Лазарева чётко сконструирован, подогнан под общие стандарты Первого канала. Я бы даже сказала, что он мешает ему раскрыться и чувствовать себя не так напряжённо при подаче новостей.

Михаил Осокин и Анатолий Лазарев представляют собой абсолютно противоположные харизматические модели, которые выделяет социолог-практик Д. Голдхабер. Лазарев - это представитель первого типа, типа героя, идеализированной личности, которая говорит, "что мы хотим", и выглядит, "как мы хотим". Харизматическая модель Михаила Осокина - это сочетание второго и третьего типов: антигероя и мистической личности, которой доверяет зритель, но при этом считает её непредсказуемым и необычным человеком.

Анализ психофизических и профессиональных особенностей Михаила Осокина и Анатолия Лазарева показал нам, что профессиональный имидж в руках ответственного и опытного журналиста может стать главным фактором привлекательности, успешности, высокого рейтинга передачи.

# Библиография

1. Бородина А. Полуночный эфир останется без Михаила Осокина / А. Бородина // Коммерсант. - 2006. - № 3 (3334). - С.17.
2. Волков П.В. Разнообразие человеческих миров. Клиническая характерология. - М: Аграф, 2000. - С.123-186.
3. Гуревич П.С. Приключения имиджа: Типология телевизионного образа и парадоксы его восприятия. - М: Искусство, 1991.
4. Елагина О. Модельеры о ТВ / О. Елагина // Телецентр. - 2010. - № 3 (48). - С.27-35.
5. Зверинцев А.Б. Формирование имиджа. Коммуникационный менеджмент. - СПб., 1997.
6. Кузнецов Г.В. Телевизионная журналистика: критерии профессионализма. - М: Изд-во РИП - холдинг, 2002.
7. Лисицкая А. Наблюдатель / А. Лисицкая // Новая газета. - 2003. - № 27. - С.27-31.
8. Николаева Д. Снимите это немедленно! / Д. Елагина // Телецентр. - 2008. - № 7 (32). - С.15-24.
9. Петрова Е.А. Секрет обаяния. Проблема качества и современное состояние имиджелогии в России // Квалификация и качество. - 2003. - № 4. Доступно на: http://www.academim.org/press.html
10. Романова Г. Михаил Осокин: "Черный юмор" - это в моем стиле / Г. Романова // Российская газета. - 2003. - № 14 (34). - С.21.
11. Свядощ А.М. Неврозы: Руководство для врачей. - СПб., 1997.
12. Спиллейн М. Создайте свой имидж. - М., 1996.
13. Телевизионная журналистика: Учебник/Под ред.А.Я. Юровского. - М: Изд-во МГУ, 1994.
14. Тренкле Б. Учебник психотерапии. Вполне серьезные анекдоты. - М., 1998.
15. Цвик В.Л., Назарова Я.В. Телевизионные новости России. - М: Аспект - пресс, 2002.
16. Шепель В.М. Имиджелогия. Как нравиться людям. - М: Народное образование, 2002.
17. www.1tv.ru
18. www.33333.ru
19. www.aforismo.ru
20. www.bookap. info
21. www.discussiya.com
22. www.www.gazeta.ru
23. www.klassika.ru
24. www.kp.ru
25. www.monakhov.com.ua
26. www.newsru.com
27. www.nrer.net
28. www.peoples.ru
29. www.psyportal. info
30. www.psycholines. narod.ru
31. www.ren-tv.com
32. www.saturday. ng.ru
33. www.tvikino.ru
34. www.wild-mistress.ru