

Ю. В. Щербина,  
аспірантка

УДК 379.823: 7.097-051

## Індивідуальні особливості телеведучого як запорука рейтингового успіху розважальних програм

*У статті розглянуто роль і значення образу ведучого розважальних телевізійних програм різного жанру на Українському телебаченні, його індивідуальних особливостей для успішного рейтингу програми. Опрацьовано джерельну базу з проблеми дослідження та з'ясовано стан її вивчення в теорії соціальної комунікації. Розкрито популярність розважальних програм в українському телевізійному просторі. Зроблено спробу виокремлення критеріїв рейтингового успіху телеведучого програми розважального типу. Звернуто увагу на різницю вимог до телеведучих традиційних та розважальних програм. Схарактеризовано відмінності іміджу телеведучого в розважальних програмах різного жанру. Запропоновано методичні рекомендації успішного телеведучого розважальних програм для учнівської молоді, яка обирає професію.*

*Ключові слова:* ведучий, телевізійна програма, розважальний жанр, рейтинговий успіх, Українське телебачення.

**В**ступ. Актуальність статті полягає в тому, що наявні в теорії журналістики наукові дослідження про роль ведучого довели значущість цієї професії. Але виникла потреба розглянути образ ведучого за умов ринкових відносин у медіапросторі та вимоги до іміджу телеведучого саме розважальних програм. Вивчення образу ведучого для створення науково обґрунтованої методики телевізійного іміджмейкерства є вельми актуальним, особливо в сенсі поліпшення фахової підготовки професійних тележурналістів і враховуючи назрілу потребу вдосконалення сучасного українського розважального телебачення. Кардинальні зміни, які відбулися в національній економіці за період незалежності й поступового переходу до ринкової економіки, знайшли своє відображення в динаміці телевізійного простору. Телебачення в Україні завершило перехід на стадію комерційного й сьогодні підпорядковано законам бізнесу (концепція комерційного телебачення). Успішність сучасних телевізійних програм визначають рейтинги. Циркуляція інформації, як енергетика потоку, необхідна для забезпечення нормальної роботи людини, життя суспільства загалом. І не важливо, чи це політична комунікація, чи розважальна. Глядач виступає в ролі індикатора комерційного успіху (тобто рейтингу) телевізійних програм. Телебачення за рейтингом популярності посідає сьогодні друге місце після інтернету. Воно залишається джерелом інформації, що пропонує глядачам найрізноманітніші жанри й стилі подання різнопланового телеконтенту. Наймовірний успіх на Українському телебаченні мають розважальні програми, а

програми, які транслюються в прямому ефірі, займають ТОПові позиції за кількістю переглядів. Розважальні програми за змістом «легкі», зорієнтовані на дозвілля, але деяке інформаційне навантаження теж дають, бо охоплюють різні сфери відпочинку: музичні, гумористичні, пізнавальні, музично-аналітичні тощо. Але «тенденції не обтяжувати, інформувати, розважати» [1] призвели до того, що розважальні програми стали найпопулярнішим жанром, що посів чільне місце в ефірі майже кожного телеканалу не лише в Україні, а й у світі. У структурі телевізійних програм, зокрема розважальних, одним із основних компонентів є місце ведучого.

Проблему впливу особистості ведучого на успішність програми розглядали російські вчені Л. Браун, Г. Кузнецов, Е. Могилевська, В. Цвік, білоруський науковець В. Новиков, українські – М. Андрющенко, В. Гоян, Т. Захарс, Ю. Шаповал, Т. Шальман, А. Шоріна та ін.

Огляд літературних джерел свідчить про те, що до дослідження образу ведучого вчені підходять з різних позицій. Приміром, у наукових працях Л. Браун, М. Кілошенка, Г. Почепцова простежується думка про пріоритетність у формуванні образу ведучого таких компонентів, як зовнішність, стиль одягу, манери поведінки та спілкування [2; 3; 4]. Інша група вчених – М. Андрющенко, В. Гоян, Т. Захарс, Ю. Шаповал, – не заперечуючи попередні дослідження, звертають увагу на важливість професіоналізму, авторитету ведучого [5; 6; 7].

Джерельною базою дослідження обрано провідні українські телеканали громадського державно-



го та приватного телемовлення. Зокрема, це «1+1», «Інтер», «СТБ», «Новий канал».

**Мета дослідження** – аналіз рейтингової успішності образу телеведучого розважальних програм українського ефіру.

Відповідно до мети статті поставлено такі **завдання**:

- з'ясувати стан вивченості тематики у вітчизняних та зарубіжних інформаційних джерелах;
- виокремити критерії успіху рейтингового телеведучого як особистості;
- дати рекомендації щодо становлення успішного ведучого розважальних телепрограм.

**Методи дослідження.** Мета і завдання цього дослідження зумовлюють комплексний підхід до обрання *методів дослідження*. Основними з них є: спостереження, що допомогло здійснити аналіз морально-етичних аспектів образу телеведучого розважальних програм; порівняння вимог до телеведучого розважальних програм з образом традиційного телеведучого. Для аналізу явищ у процесі їх виникнення та в динаміці розвитку використано історичний метод. Системний підхід до наукового пошуку дав змогу комплексно розглянути феномен телеведучого.

**Результати й обговорення.** Одним із основних завоювань пострадянських ЗМІ, крім скасування цензури, стало «вивільнення» особистості. Журналіст здобув повну свободу дій: право на розпорядження матеріалом в ефірі, можливість для будь-яких контактів з глядачем, власне самовираження [8].

На значній ролі ведучого у будь-якій телепрограмі наголошують науковці М. Бурмака, Г. Кузнецов, К. Цибулько, В. Шепель, В. Шкляр та ін.

До арсеналу журналіста розважальної телевізійної програми мають активно залучатися соціологічні й психологічні методи. Якщо порівняти розважальну програму з психологічним тренінгом, то саме ведучому дістається роль психолога в цьому дійстві. Дослідниця Т. Шальман заявляє, що журналісти-телевізійники є творцями відносин і думок [9]. У наш час змінилася сформована глядацька аудиторія телепрограм. У життя людини ввійшли інтерактивні, інформаційні, мультимедійні технології. І здивувати потенційного глядача, завоювати його увагу стає дедалі важче. Ведучий не робить жодних конкретних висновків, не формулює готових рішень. Він має подати весь спектр думок, бачення проблеми під різним кутом, актуалізувати, зробити її значущою не тільки для учасників проекту, а й для глядачів. Такий ведучий повинен мати особистісні й професійні характеристики [10]. Від його індивідуальних особливостей та професійних умінь залежить успішне функціонування телепрограми в конкурентному середовищі.

Ведучий – це талановита, енергійна, емоційна, харизматична, інтелектуальна особистість, яка мусить уміти керувати людськими почуттями, ретельно спрямовувати перебіг телевізійної програми відповідно до розробленого сценарію, експромтом знаходити вихід із непередбаченої ситуації, імпровізувати тощо. Ця людина має бути професіоналом у своїй галузі, вміти демонструвати власні здібності й професійні вміння, гарно й грамотно висловлюватися, мати великий словниковий запас, володіти технікою ведення полеміки, діалогу, дискусії, культурою розмови, керувати аудиторією, формувати свідомість глядача, легко вести розмову. Телеведучі стали лідерами-ораторами.

Функції ведучого розважального жанру відрізняються від завдань класичного. Ведення студійних програм у прямому ефірі вимагає від журналіста більше умінь: зібраності, гнучкості, щирості, толерантності, винахідливості, впевненості у собі, незакомплексованості, жвавості, подолання сором'язливості, уміння зацікавити різнопланову аудиторію, вправного володіння методами роботи в кадрі. Це особистість, сприймання образу якої викликає у пересічного глядача приємне візуальне відчуття, легкість, задоволення, позитивну налаштованість, бадьорість духу, підняття настрою, релаксацію.

Індивідуальні особливості ведучого, його популярність й відомість відіграють велику роль в успішності телевізійної програми. Часто в ролі ведучого запрошують відомих артистів: В. Зеленський «Ранок з кварталом», «Вечірній Київ», Н. Мейхер «Неймовірна правда про зірок», Тіна Кароль «Майданс», або відомих, досвідчених журналістів: К. Осадча «Голос країни».

Виходячи з різноманіття розважальної жанрової палітри, вимоги до ведучого телевізійних проектів різні. Наприклад, багатства й чистоти мови, швидкості реакції, харизматичності, комунікабельності, уміння залучати до розмови глядача в студії, емоційності вимагають програми ток-шоу. Для реаліті-шоу потрібний журналіст з гарною вимовою, харизмою. Для кулінарних програм – комунікабельний, компетентний. Для гумористичних розважальних телепрограм необхідна людина артистична, з приємним тембром голосу, почуттям гумору. У розважальних програмах «Лото-Забава» («1+1»), «Козирне життя» («ICTV»), «Битва екстрасенсів» («СТБ»), «Орел і решка» («Інтер») у ролі ведучого може бути журналіст-професіонал, компетентний, досвідчений, з умінням переконувати аудиторію, щоб йому вірили. Отже, формат телекомунікації однорідний (розважальні телепрограми), а вимоги до модератора різняться.

В. Гоян і Т. Захарс іміджеву стратегію ведучого телевізійних програм розглядають крізь



призму образу людського тіла. У своєму дослідженні вони виділили такі моделі ведучих: «Ведучий голова», «Ведучий плечі», «Ведучий ноги», «Ведучий руки», «Ведучий серце», «Ведучий вухо», «Ведучий око» [6, с. 62].

Розглянемо образ ведучого на конкретних прикладах українських телевізійних розважальних програм. Розважальна програма про подорожі «Орел і решка» на каналі «Інтер» розповідає про одну країну або місто з двох позицій: мандрівника, не обмеженого матеріально, і мандрівника економного. Двоє ведучих (2013 р. – Жанна Бадоева та Андрій Бедняков) на початку кожної програми підкидають догори монету, щоб з'ясувати, хто з них летить із золотою кредитною карткою, а хто – із 100 доларами. Той, кому дістанеться золота картка, смакує всі принади цієї країни. Іншому доводиться знаходити дешеві гостелі, подорожувати автостопом, вилутуватися в авантюри. Передача побудована не на зображенні туристичних пам'яток, а на пригодах ведучих, які надають інформацію стосовно визначних місць, культури, побуту через монологічне мовлення, власні враження, емоційні переживання.

Образ ведучої в розважальній телевізійній програмі «Світське життя з Катериною Осадчею» (канал «1+1») інший. «Світське життя» – це короткі інтерв'ю із зірками шоу-бізнесу, відомими політиками та іншими світськими персонами, яких ведуча К. Осадча зустрічає на різноманітних вечірках, кінофестивалях, тижнях моди, спортивних чемпіонатах, карнавалах тощо. Катя Осадча – це продюсерський проект, образ, включаючи стиль поведінки, питання інтерв'ю, до дрібниць продуманий імідж ведучої. Перш за все це бездоганний, екстравагантний, продуманий зовнішній вигляд ведучої – стиль одягу К. Осадчої неперевершений, притаманний тільки їй. Ведуча завжди одягнена в модний одяг провідних українських та європейських дизайнерів.

Фірмова ознака Катерини Осадчої у «Світському житті» – капелюшки. На кожному світському заході ведуча щоразу з'являється у новому головному уборі. За роки існування програми Осадча одягла вже понад 700 капелюшків.

Крім зовнішнього вигляду, К. Осадча шокує всіх і запитаннями інтерв'ю, а також умінням триматися у колі зірок, як українських, так і зарубіжних.

Найвищим рівнем персоналізму відзначаються її бесіди з зірками. Вона виступає як учасник екранізованої дії: бере інтерв'ю, організовує дискусію між двома сторонами, проводить репортаж-розслідування, тим самим стає об'єктом співчутливої ідентифікації. Вона завжди вельми підготовлена до інтерв'ю, знає

всі таємниці зірок, приховані факти з їхнього життя. Катя завжди готова до несподіваних поворотів розмови, може імпровізувати, переключитися на іншу тему розмови. Вона змушує глядача співпереживати, довіряти їй.

Наведені приклади розважальних телевізійних програм показують манеру поведінки ведучих у різних умовах роботи, але їх об'єднує те, що під час знімання сюжетів телеведучі не обмежені в часі. Проблема часового регламенту в ефірі досліджували В. Гоян і Т. Захарс [6, с. 60]. Як з'ясувалося, ведучі, котрі працюють у прямому ефірі, мають обмеження в часі й вимоги до їхньої журналістської діяльності інші. У таких передачах, а зазвичай це ток-шоу, ведучий виконує роль модератора, коригує процес обговорення, стежить за регламентом, перебігом програми відповідно до сценарію, кількістю виступів різних гостей тощо. На деяких каналах є окрема людина на посаді модератора, яка допомагає ведучому.

Нині ведучий телепрограм – це окрема професійна й творча категорія, про що свідчать наукові розвідки в галузі теорії телевізійної журналістики [6, с. 61].

Професія телеведучого дуже відповідальна. Ведучий телепрограми виступає презентатором колективної роботи (спільного проекту) і контролером реалізації задуму. Від його образу, діяльності залежать успіх і подальша доля телепроєкту.

На Заході ток-шоу мають назви за іменем ведучого. Чотирьох найпопулярніших телевізійних журналістів американці назвали «богами» – GODS. Перші літери слова «GODS» – це прізвища журналістів: Геральдо Рівера (ведучий розважальної програми «Геральдо»), Опра Уїнфрі (ведуча розважальних програм «Ранковий Чикаго» та «Опра»), Донахью Філ (ведучий розважальної програми «Донахью»; остання його програма «Донахью енд Познер»), Саллі Рафаел (ведучий розважальної програми «Саллі») [7].

Тележурналіст може виступати в ролі автора, редактора та організатора програми. Отже, він може мати три основні види діяльності: авторську, редакторську й організаційну [11].

Успішність діяльності ведучого визначається вмінням задовольнити інтереси як масової аудиторії, так і замовника (наприклад, автора програми), умінням співпраці і з замовником, і з глядацькою аудиторією [1]. Рейтинг телеведучих за дослідженнями журналу «Фокус» у 2013 р. визначався за критеріями: професіоналізм, харизматичність, відповідність духу каналу. Переможцями стали Юрій Горбунов і Марія Єфросиніна. Як показує практика, продюсери українських телеканалів роблять ставки на ведучих, котрі здатні утримати аудиторію.



Для того, щоб телепрограма була ефектною й запам'яталася, ведучий розважальної програми має бути цікавим, щоразу новим, незвичайним, мати свою «фішку», притаманну його образу (як наприклад, капелюшки Катерини Осадчої із програми «Світське життя» або саквож Дмитра Коляденка із розважальної програми «Шоуманія»), манеру вітатися з аудиторією й телеглядачами, прощатися.

Відомі імена ведучих вітчизняного ефіру в межах розважальних програм: Ю. Горбунов («Зірка+Зірка», «1+1»), К. Осадча («Світське життя з Катериною Осадчою», «1+1»), А. Доманський («Голос країни», «1+1»), О. Фреймут («Ревізор», «Новий канал»), М. Єфросиніна («ШоумаСтгоуон», «Новий канал»), І. Кондратюк («Караоке на майдані», «СТБ»), О. Марченко («Х-фактор», «СТБ»), Д. Коляденко («Шоуманія», «Новий канал»), В. Зеленський («Вечірній Київ», «Інтер»). Деякі з них працювали ведучими в багатьох розважальних проектах як на українському, так і на російському телебаченні. Це успішні рейтингові українські ведучі. Доказами є їх затребуваність у телеєфірі. Наведемо деякі приклади.

Юрій Горбунов – один із найвідоміших українських ведучих, обличчя кулінарного проекту «Великий пекарський турнір». Вів усі сезони «Танців із зірками», «Зірка+Зірка», «Суперзірка», «Смакуємо», «ГПУ», «Краса по-українськи», «ПРОСТО шоу» та «Я люблю Україну», «Битва хорів». Кожне шоу не тільки приносило нову хвилю популярності каналу «1+1» і Юрію, а й збільшувало його колекцію нагород – кілька разів отримував престижну премію «Телетріумф».

Андрій Доманський, працюючи з 2002 р. на «Новому каналі», був ведучим таких проектів: «Підйом», «Весілля за 48 годин», «Хто проти блондинок?», «Тільки правда?», «Властелин гори», «Інтуїція», «Світлі голови», «Фабрика зірок» (1 і 3 сезони), «Фабрика суперфінал». На каналі «1+1» – «Шоу на два мільйони», «Мій зможе», «Голос країни», «Голос країни. Діти», «Побий ведучого», «Вишка». На «Інтері» – «Готуємо разом. Сусід на обід», «Обережно – діти». У 2008 р. Андрій Доманський отримав премію «Телетріумф» у номінації «Найкращий ведучий розважальних програм».

Оксана Марченко за журналістську діяльність нагороджена преміями «Золоте перо» (2004), «Телетріумф» (2010), «Телезірка» (2011).

Отже, успішний телеведучий – це цілеспрямована особистість, яка постійно працює над вдосконаленням себе, професійним зростанням, прагне до ідеалізації образу. У документі «Довідник кваліфікаційних характеристик професій працівників (ДКХП). Вип. 83. Діяльність у

галузі радіомовлення та телебачення» викладено вимоги до ведучого: функції, що має виконувати, опис професії. Проте в кожному жанрі телевізійної програми ці вимоги коригуються. Для ведучого розважальних програм вимоги розширюються й ускладнюються, адже він працює з аудиторією у прямому ефірі, обмежений часом і має на високому рівні виконати завдання, поставлені перед ним режисером. Ця робота має бути видовищною, креативною, цікавою, позитивно енергійною, інтригуючою. Виходячи із зазначеного, ми обрали найпопулярніших ведучих вітчизняних розважальних програм різних каналів, спробували виокремити критерії їхнього успіху (див. Табл. 1).

Таблиця 1.  
Визначення рейтингових телеведучих розважальних програм на Українському телебаченні за критеріями успіху

П. І. ведучого розважальних програм	Назва каналу	Критерії успіху ведучого розважальних програм
К. Осадча	«1+1»	Харизматичність Емоційність Контактність Уміння залучити глядача до розмови
Ю. Горбунов	«1+1»	
В. Зеленський	«Інтер»	
А. Доманський	«Інтер»	
О. Марченко	«СТБ»	
І. Кондратюк	«СТБ»	
М. Єфросиніна	«Новий канал»	
О. Фреймут	«Новий канал»	
Д. Коляденко	«Новий канал»	

**Висновки.** Отже, аналіз базових літературних джерел показав, що проблему рейтингового успіху телевізійного ведучого розважальної програми не вивчено достатньою мірою в теорії соціальної комунікації. Ми зробили спробу виокремити індивідуальні особливості телеведучого розважального жанру, що відрізняють його від традиційного ведучого телевізійного ефіру. Визначили критерії успіху. Звернули увагу на те, що вимоги до телеведучого розважальних програм можуть бути різні через різноманітність жанрів програм одного типу. Із урахування того, що професія телеведучого є сьогодні популярною, необхідно молоді готувати до вибору професії зі школи. Як показує практика, для іміджу ведучого телевізійної програми, а саме розважальної, дуже важливо мати розвинуті індивідуальні здібності, а потім на їх основі формувати професійні навички та уміння. Тільки поєднуючи індивідуальні та професійні риси, людина може стати успішною.

Успішний телевізійний ведучий розважальних програм повинен:

- бути толерантним (лат. *tolerans* – терплячий), тобто терпимим до інших, розуміти, що



всі люди індивідуальні й неповторні, що кожен має право на власну точку зору; визнавати значущості особистості;

- бути контактним, тобто здатним легко вести бесіду з людьми, комунікабельним, незакомплексованим;

- формувати довірливі відносини в зоні взаємодії, володіти навичками й уміннями спілкування і саморегуляції;

- інтелігентним, тобто мати високий розумовий рівень розвитку, вміти адекватно оцінити ситуацію, логічно мислити, знаходити вирішення будь-якої проблеми, уникати грубощів, зневажливого ставлення до співрозмовника; раціонально вибирати комунікативні засоби впливу; уміти грамотно говорити, проявляти готовність слухати і чути;

- мати гарні зовнішні дані;

- бути здатним до імпровізації;

- бути розумним, професійно самовдосконалюватися, здійснювати самоосвіту; екстравагантно, модно, стильно одягатися.

Запропоновані рекомендації будуть корисними для профорієнтаційної роботи з учнівською молоддю, котра мріє про професію ведучого розважальних телепрограм.

1. *Шоріна А. Ю.* Авторське телебачення: жанрові форми і різновиди : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунік. : 27.00.04 / Алла Юріївна Шоріна. – К., 2008. – 20 с.

2. *Браун Л.* Имидж – путь к успеху / Л. Браун. – С.Пб : Питер Пресс, 1996. – 288 с.

3. *Килошенко М. И.* Психология моды : учеб. пособ. для вузов / М. И. Килошенко. – [2-е изд., испр.]. – М. : Оникс, 2006. – 320 с.

4. *Почепцов Г. Г.* Имиджология / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук ; К. : Ваклер, 2004. – 576 с.

5. *Андрющенко М. Ю.* Іміджеві імперативи українського телебачення : монографія / М. Ю. Андрющенко. – К. : Щек, 2008. – 215 с.

6. *Гоян В.* Іміджева стратегія ведучого інформаційно-розважальних програм / В. Гоян, Т. Захарс // Наукові записки Інституту журналістики. – 2013. – Т. 50. – Січ.-берез. – С. 59–63.

7. *Цвик В.* Телевизионная журналистика / В. Цвик. – М. : Юнити-Дана, 2011. – С. 299.

8. *Корконосенко С. Г.* Основы журналистики : учебник для вузов / С. Г. Корконосенко. – М. : Аспект Пресс, 2004. – С. 5.

9. *Шальман Т. М.* Жанрові діалогічні форми сучасного українського телебачення : дис. ... канд. філол. наук : 10.01.08 / Тетяна Михайлівна Шальман. – К., 2006. – 212 с.

10. *Шестеркина Л. П.* Университеты и медиа: опыт и тенденции развития телерадиокомпаний «ЮУрГУ-ТВ» : моногр. / Л. П. Шестеркина. – [2-е изд., перераб. и доп.]. – Челябинск : Изд-во ЮУрГУ, 2010. – С. 57–58.

11. *Трофимова Г. Н.* Журналист, пиар-специалист и массовые информационные процессы : учеб. пособ. / Г. Н. Трофимова. – М. : Высшая школа, 2006. – С. 18–19.

Подано до редакції 15. 10. 2014 р.

### **Scherbyna Yulia. Individual features of the TV presenter as a pledge of successful rating of entertainment programs.**

This article examines the role and importance of TV presenter's character for entertainment television programmes of different genres on the Ukrainian television, presenter's individual characteristics for the successful rating of the programme. The source base of literature on the research topic has been studied and the state of its study in the theory of social communication has been ascertained in this article. The author has revealed the reasons of the entertainment programmes popularity on the Ukrainian television; carried out the research of criteria of TV presenter's rating success in entertainment television programmes. The author has drawn attention to the difference in requirements for the TV presenters of traditional and entertainment programmes; determined differences in TV presenter's image in entertainment programmes of different genres; offered methodical recommendations of how to become a successful TV presenter of the entertainment television programme for students who chooses a profession.

**Keywords:** presenter, television program, entertainment genre, rating success, TV of the Ukrainian.

### **Щербина Ю. В. Индивидуальные особенности телеведущего как залог рейтингового успеха развлекательных программ.**

В статье рассматриваются роль и значение образа ведущего развлекательных программ разного жанра на Украинском телевидении, его личностных особенностей для успешного рейтинга программы. Обработана источниковая база по проблеме исследования и выяснено ее состояние в теории социальной коммуникации. Раскрыта суть популярности развлекательных программ украинского телевизионного пространства. Сделана попытка выделить критерии рейтингового успеха телеведущего программы развлекательного типа. Обращается внимание на различие требований к телеведущим традиционных и развлекательных программ. Охарактеризовано отличие имиджа телеведущего в развлекательных программах разного жанра. Предложены методические рекомендации успешного телеведущего развлекательных программ для ученической молодежи, которая выбирает профессию.

**Ключовые слова:** ведущий, телевизионная программа, развлекательный жанр, рейтинговый успех, Украинское телевидение.