

Даниленко С. А.

Міжнародний гуманітарний університет

## ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ У ФОРМУВАННІ ЕКРАННОГО ОБРАЗУ ТЕЛЕВЕДУЧОГО

*Наукова стаття присвячена дослідженню сучасних тенденцій формування та трансформації екранного образу телеведучого в контексті цифрової епохи. Проаналізовано актуальні підходи до формування візуальної, вербальної та невербальної складових екранного образу. Визначено вплив соціокультурних чинників та медійних трендів на особливості телевізійного мовлення. Запропоновано нові орієнтири у підготовці телеведучих.*

*У сучасному медіапросторі екранний образ телеведучого є не лише інструментом передачі інформації, а й потужним засобом впливу на масову свідомість, формування громадської думки та естетичних уподобань. З інтенсивним розвитком цифрових технологій і трансформацією телевізійного формату роль телеведучого значно ускладнюється. Він перетворюється не просто на комунікатора, а на важливий елемент візуальної культури, що втілює певний світогляд, етичні цінності та соціальні норми.*

*У статті розглядаються актуальні тенденції, технології та інноваційні підходи, що формують специфіку екранного образу в контексті сучасного телевізійного мовлення. Автор аналізує вплив зовнішнього вигляду ведучого, його жестів, міміки, тембру голосу та загального позиціонування в кадрі на сприйняття аудиторією. Особливу увагу приділено ролі індивідуального стилю як фактору персоніфікації, що підвищує рівень довіри глядача до інформаційного продукту.*

*Методологічною основою дослідження є комплексний аналіз українського та зарубіжного медіаконтенту з урахуванням теоретичних підходів до формування екранного образу, зокрема концепцій екранної особистості, телевізійного образу та медіаперсонажа. Результатом дослідження є визначення ключових елементів, які забезпечують ефективність телевізійного виступу: цілісність образу, комунікативна привабливість, відповідність жанрово-форматним вимогам, гнучкість адаптації до змін в очікуваннях аудиторії.*

*На основі зібраних матеріалів запропоновано авторське бачення інноваційного підходу до створення телеведучого як цілісного візуально-комунікативного образу, що відповідає вимогам динамічного інформаційного середовища, сприяє професійному авторитету та ефективному донесенню контенту до цільової аудиторії.*

**Ключові слова:** телеведучий, телевізійне мовлення, телевізійний процес, екранний образ, комунікація, медіапростір, інновації, імідж.

**Постановка проблеми.** У добу стрімкої цифровізації та зростання ролі візуальної комунікації, традиційні уявлення про функції телеведучого зазнають істотної трансформації. Сучасний медіапростір вимагає від ведучого не лише професійної компетентності та інформаційної обізнаності, а й сформованого екранного образу, здатного ефективно взаємодіяти з глядачем, викликати довіру та забезпечувати позитивне сприйняття. У зв'язку з цим телеведучий постає не лише як носій контенту, а як візуально-комунікативна одиниця, уособлення певних цінностей, естетичних норм та медійного впливу.

Попри наявність окремих досліджень з питань екранної культури, іміджелогії та тележурналістики, питання інноваційних підходів до форму-

вання екранного образу телеведучого досі залишається недостатньо опрацьованим. Необхідність глибшого осмислення комплексного впливу стилістичних, психологічних, невербальних та технологічних чинників на створення медіаобразу зумовлює актуальність цієї теми.

Зважаючи на виклики сьогодення, пов'язані зі зміною форматів сприйняття інформації, високою конкуренцією в медіасфері та зростанням запитів до публічних персон, виникає потреба у систематичному аналізі сучасних практик і тенденцій, що формують телевізійного ведучого як екранний образ. Це дозволить не лише осмислити еволюцію професії, а й виробити ефективні стратегії підготовки медіафахівців нового покоління.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Питання формування екранного образу телеведучого перебуває на перетині кількох наукових напрямів – журналістики, медіакомунікацій, соціальної психології, іміджелогії та візуального мистецтва. У цьому контексті значну увагу дослідники приділяють аналізу медіаіміджу як інструменту впливу на аудиторію, особливостям візуальної культури та персоналізації телевізійного контенту.

Зокрема, важливий внесок у вивченні структури іміджу, його вербальних і невербальних компонентів (дикція, міміка, одяг) зроблено у працях таких українських науковців, як – М. Андрющенко [1], К. Гнатенко [3], В. Маргалик [7], які розглядають телеведучого як суб'єкта публічної комунікації та візуального коду. У їхніх дослідженнях акцентується увага на ролі зовнішніх характеристик, харизми, інтонаційної виразності та індивідуального стилю ведучого у формуванні довіри глядача. Поряд з тим, у працях Н. Барни [2], В. Гояна [4], З. Дмитровського [5] висвітлюються іміджелогічні складники а також аспекти екранного образу телеведучого як медіаперсони.

Значну увагу міжкультурному порівнянню медіаіміджів також розглянуто у дослідженнях Р. Сільверстоуна [13], Д. МакКвейла [12], та С. Х'ярварда [11]. Зазначені науковці наголошують на тому, що образ телеведучого формується не лише на основі професійних навичок, а й під дією культурних, соціальних і політичних чинників.

Разом із тим, попри наявність ґрунтовних теоретичних і прикладних розвідок, у сучасній науковій думці залишається недостатньо систематизованим аналіз інноваційних підходів до формування екранного образу телеведучого з урахуванням впливу новітніх технологій, змін у структурі аудиторії та медіакультури в цілому. Це обумовлює необхідність подальшого дослідження цієї теми у міждисциплінарному контексті.

**Постановка завдання.** Метою статті є проведення комплексного аналізу сучасних методологічних підходів до формування екранного образу телеведучих у контексті українського та світового медіапростору. Особливий акцент зроблено на вивченні новітніх тенденцій, які спрямовані на застосування передових методів створення ефективного екранного образу. Цей образ має відповідати багатогранним потребам аудиторії, враховуючи інформаційні, естетичні та емоційні запити, що сприятиме гармонійній взаємодії між медіаперсонажем і глядачами.

**Виклад основного матеріалу.** У професійній діяльності телеведучих центральне місце займає майстерне володіння усним мовленням, створення та редагування аудіовізуальних матеріалів, написання текстів і їх подальше озвучення. Це охоплює також розробку дикторських текстів і формування як закадрових, так і кадрових коментарів. Головна місія телеведучого полягає не лише у створенні й донесенні журналістських матеріалів до глядача, але й у їх якісному озвучуванні, що потребує постійного вдосконалення мовних навичок та професійної майстерності. Досягнення високих стандартів екранного мистецтва телеведучого можливе лише за умови системної роботи над ораторським мистецтвом і засвоєння технік публічного спілкування.

У сфері аудіовізуальних медіа, особливо в рамках телевізійних програм і передач, телеведучий є ключовою фігурою. Він не лише представляє телеканал, а й безпосередньо бере участь у творчому процесі, формуючи імідж медіакомпанії. Одним із важливих аспектів його діяльності є створення телеобразу, який стає невіддільним елементом взаємодії між автором програми та глядачем. У цьому процесі телеведучий виконує надзвичайно важливу роль, адже саме через його подачу ідеї автора впроваджуються у свідомість аудиторії.

Як творча постать, телеведучий у своїй взаємодії з аудиторією прагне досягти основної цілі – ефективної комунікації. У рамках досліджень соціальних комунікацій на телебаченні особлива увага звертається на ключові аспекти творчої діяльності ведучого: здатність передавати основну ідею аудиторії через виразну глибину внутрішнього стану, силу психологічного впливу слова та мистецтво формування телеобразу.

Концепція образу телеведучого значно відрізняється від подібного поняття у світі кінематографу. Обмеженість художньо-виражальних засобів на телебаченні часто змушує ведучого залишатися самим собою, уникаючи перевтілення в певний образ, як це притаманно акторам театру чи кіно. На цю тему існують різні думки. Наприклад, принцип, що набув популярності ще за радянських часів – «телеведучий має виходити із себе», сьогодні дедалі частіше сприймається як малоефективний. Натомість основний акцент зміщується на формування соціальної маски, продуманий імідж та створення відповідного амплуа, які мають базуватися на індивідуальних якостях самого ведучого.

На відміну від образів у театральному чи кінематографічному мистецтві, телевізійний образ ефективно функціонує лише за умови врахування індивідуальних характеристик ведучого. Це включає його манеру поведінки, рівень інтелекту, риси характеру, темперамент і зовнішні дані. Спроба повноцінного сценічного перевтілення у телевізійному форматі зазвичай є недоречною, оскільки може призводити до сприйняття, позбавленого природності та щирості. Враховуючи це, формування амплуа телеведучого слід базувати на його природних особистісних якостях.

Саме образ ведучого виступає ключовим елементом, від якого залежить використання всіх інших засобів художньої виразності в телепрограмі. Через цей образ автор має можливість передати глядацькій аудиторії свою ідею – як безпосередньо, так і опосередковано. У сучасному медіапросторі телеведучий нерідко стає символічним зразком для наслідування, а його професійність, культура мовлення й високі моральні стандарти можуть позитивно впливати на внутрішній світ аудиторії. Вони також відіграють важливу роль у підвищенні морально-етичного рівня та формуванні світогляду глядачів.

Зважаючи на необхідність врахування ідейно-естетичних вимог, притаманних телевізійному формату, особливу увагу слід приділяти специфіці масової комунікації. Успішний телевізійний ведучий має демонструвати здатність адаптувати власний стиль мовлення відповідно до тематики програми, типу цільової аудиторії та конкретного контексту спілкування. Водночас важливо зберігати індивідуальність мовця, оскільки це сприяє формуванню атмосфери щирого та невимушеного діалогу. Глядач оцінює ведучого не лише через візуальне сприйняття, але й прагне досягти його наміри, зокрема – цілі, яких він намагається досягти, і засоби, якими здійснюється взаємодія з аудиторією. Саме такі характеристики визначають унікальність і конкурентність одного телеведучого серед інших.

Не менш значущим елементом професійної діяльності телеведучого є його здатність майстерно використовувати як вербальні, так і невербальні складові комунікації, поряд із механізмами психологічного впливу. Спілкування є складним психологічним процесом, що потребує глибокого розуміння емоційного та когнітивного світу співрозмовника. Створення справжнього емоційного контакту між ведучим та аудиторією залежить від дотримання таких умов, як щирість, відкритість, довіра та інтелектуальна насиченість. Значущу

роль у телевізійній комунікації відіграють також невербальні аспекти – міміка, жести, погляд, інтонація – котрі мають органічно узгоджуватися з вербальним наповненням образу ведучого.

Приміром, ведуча ICTV Оксана Соколова у програмі «Факти тижня. 100 хвилин» вдало поєднала аналітичну глибину з людським підходом: жести, інтонація та особисті історії героїчних ветеранів на фоні воєнних подій сприяють зміцненню довіри й емоційного зв'язку з глядачами.

У міжнародному контексті яскравими прикладами є Гарольд Шмідт із Німеччини, який здобув популярність завдяки сатиричному інтелектуальному гумору. Під час своїх шоу він майстерно коментує актуальні події, використовуючи виразні невербальні засоби, створюючи унікальне поєднання високої культури та буденної близькості.

Інший знаковий приклад – Девід Леттерман зі США. У своєму проєкті *My Next Guest* під час інтерв'ю з Володимиром Зеленським у Києві він підтримав атмосферу справжньої щирості. Завдяки камерній обстановці, неформальному стилю спілкування та своєму дотепному гумору вдалося передати відчуття глибокої людяності [6].

Глядач сприймає ведучого не тільки через його зовнішній образ, але й аналізує: які у нього наміри, що він прагне донести та якими засобами це робить. Саме ці елементи і визначають їхню унікальність. Однак не менш важливим є вміння володіти вербальними і невербальними механізмами психологічного впливу. Спілкування – це не просто передача слів, а складний процес залучення аудиторії на глибокому рівні. Для ефективної взаємодії необхідно поєднувати щирість, відкритість, довіру та інтелектуальну насиченість із гармонійним використанням міміки, жестів і поглядів, які підсилюють зміст сказаного. Найменший дисонанс у цих аспектах здатен зруйнувати контакт з аудиторією ментально.

Досліджуючи еволюцію телевізійної професії, Іван Машенко підкреслює, що телеведучий, незважаючи на стандарти формату, має змогу передавати власну індивідуальну позицію. Ця особистісна складова сприяє встановленню більшого зв'язку з аудиторією та формуванню довіри до його роботи [8, с. 381].

В американській медіапрактиці зміна ведучого часто прирівнюється до виборів президента – аудиторія глибоко переживає цей процес і реагує на нього з великою емоційною зацікавленістю. Яскравим прикладом можна назвати випадок із Джейн Полі на NBC. Після багаторічної роботи у програмі *Today* вона залишила своє місце

в ефірі у 1989 році. Уже наступного місяця телеканал зазнав втрати в 10% аудиторії – рівень, який можна порівняти з падінням популярності президента після скандалу [9].

Схожа ситуація розгорталася й довкола зміни ведучого шоу Tonight Show, коли Джей Лено передав місце Конану О'Браяну. Це спричинило справжню медійну баталію, адже зміни в прайм-таймі привели до значного спаду рейтингу програми на мільйони глядачів. Така ситуація нагадує день виборів із помітними коливаннями електоральних уподобань [10].

Ці приклади демонструють, що довготривала присутність ведучого на екрані формує сильний емоційний зв'язок із глядачами. Коли він іде з ефіру, аудиторія частково перемикається на конкурентів, що призводить до її відчутних втрат.

У контексті Сполучених Штатів показовим є також приклад Стівена Колберта, чия сатирична критика політики Дональда Трампа дозволила не лише збільшити рейтинги його шоу на 37 %, але й утвердити його як центральну постать суспільно-політичних дискусій. Зміна телеведучого, за спостереженнями ЗМІ, прирівнюється до зміни політичного лідера: глядач відчуває втрату «свого», що може розцінюватися як втрата голосу національної репрезентації. Такий перехід іноді створює ефект виборчих перегонів, коли аудиторія переорієнтовується на інший телеканал [14].

У зв'язку з цим керівники телевізійних проєктів, режисери й ведучі повинні чітко усвідомлювати, наскільки образ ведучого відповідає характеру програми, його особистісним рисам, а також запитам і уподобанням глядачів. Інакше кажучи, успіх телеведучого напряму залежить від узгодженості між його іміджем, стилем передачі та сприйняттям аудиторії.

Аудіовізуальні характеристики ведучого мають ключове значення у створенні позитивного екранного образу. Голос, поряд із зовнішнім виглядом, відіграє не лише роль передачі інформації, але й стає потужним засобом емоційного впливу. Такі його аспекти, як інтонація, тембр, ритміка і темп мовлення, суттєво визначають сприйняття новин: при поданні приємної інформації потрібне динамічне й емоційне звучання, тоді як у випадку трагічних подій доречно стриманість та спокій.

Однак недоліки голосового подання, такі як монотонність, різкі зміни тональності чи неприродний тембр, здатні негативно вплинути на довіру глядачів. Для забезпечення високого рівня комунікації необхідна професійна робота з голосом, що передбачає його гармонійне поєднання із

зовнішнім образом та змістом ефірного матеріалу.

В українській телепрактиці часто виникають тембральні труднощі – неправильне розставлення акцентів, слабка дихальна підтримка та нечітка артикуляція. Подібні проблеми спостерігаються переважно у ведучих без спеціальної підготовки в галузі фонації, які прийшли з інших сфер, таких як акторство, блогінг або журналістика.

Наприклад, ведуча програми ТСН на каналі «1+1» Алла Мазур, після проходження лікування раку у 2019–2020 роках, пережила зміну голосу – у ньому з'явилися легка хриплість і специфічна «зернистість». Це створює ефект менш рівного тембру, що іноді ускладнює сприйняття її мовлення, особливо під час ранкових прямих ефірів.

З іншого боку, Володимир Андрієвський, ведучий новин на телеканалі «Інтер», вирізняється насиченим, глибоким басом, який визначає характер його мовлення. Проте, іноді такий тембр може сприйматися надмірно темним для стриманого і нейтрального інформаційного формату. У випадку спокійного темпу мовлення голос набуває певної монотонності, створюючи враження тяжкості, що здатна знижувати загальну динаміку подачі матеріалу. У професії телеведучого важливе значення мають не лише виразна дикція та чіткість вимови, але й тембр голосу, який має відповідати характеру та вимогам програми. Надто гучний, похмурий або хрипкий голос може дисонувати зі змістом представленої інформації, ускладнюючи її сприйняття для аудиторії. Це особливо суттєво у форматі новинних чи публіцистичних передач, де гармонійна взаємодія між голосом ведучого та характером контенту відіграє ключову роль для ефективного комунікаційного впливу.

Провівши аналіз ефірів основних українських телеканалів, таких як ICTV, «Україна 24», «1+1», Суспільне та 5 канал, можна виокремити типові недоліки тембру голосу телеведучих, які негативно впливають на ефективність комунікації. Зокрема: монотонність і відсутність емоційної гнучкості – ведучі подають інформацію без змін інтонації, у стабільному ритмі. Це швидко викликає втому у глядачів та втрату інтересу вже за перші хвилини мовлення. Скрипучий або гортанний голос найчастіше помітний у політичних ток-шоу. Через перенапруження голосових зв'язок такий стиль мовлення може створювати ефект тиску на аудиторію і асоціюватися з агресією або нервозністю.

Частковий надмірний акцент на носовому звучанні трапляється в ранкових і молодіжних програмах. Хоча це робиться для імітації неформаль-

ного стилю спілкування, результат сприймається як неприродний або навіть карикатурний. Погана дикція та невиразність часто характерні для новачків. До цього належать «з'їдання» закінчень слів, деформація звуків (/р/, /л/, /с/) та недостатня артикуляційна чіткість, що ускладнює розуміння мови глядачами.

Невідповідність тону голосу до змісту програми часто стає причиною когнітивного дисонансу у глядачів. Наприклад, під час подачі новин з трагедійним характером ведучі іноді говорять надто жваво або навіть позитивно, що суперечить емоційному контексту матеріалу. Внутрішня динаміка мовлення є ключовим інструментом, який дозволяє ведучому впливати на перебіг подій у програмі. Однак, щоб ефективно використовувати цей ресурс, необхідні логічне мислення, знання специфіки роботи на телебаченні та розуміння творчих принципів професії. Ведучий повинен уміти підсилювати драматургію ситуації, допомагати в розкритті конфлікту та спрямовувати його в конструктивне русло. У сучасних ток-шоу це часто досягається через зіткнення різних точок зору для пошуку істини. Проте нерідко через відсутність чіткого усвідомлення своїх обов'язків або невміння швидко реагувати на події ведучий може втратити контроль над ситуацією в ефірі, що призводить до хаосу в дискурсі.

На ток-шоу «Право на освіту», яке транслюється телеканалом «1+1», розглядаються питання реформування освітньої системи, проблеми шкіл і університетів, виклики дистанційного навчання та інші аспекти освітнього процесу. Ведуча програми, Наталія Мосейчук – одна з найвідоміших українських журналісток, – спрямовує дискусію на обговорення освітніх політик, запрошуючи до студії педагогів, політиків, експертів і батьків. Її вміння модерувати діалог допомагає структурувати дискусію, ставити ключові запитання та шукати практичні рішення.

Слід зауважити, що формат ток-шоу є досить інтенсивним і потребує високої майстерності модераторів: необхідно підтримувати баланс думок і миттєво реагувати на складні запитання. Тембр голосу та манера спілкування ведучої відіграють особливу роль у формуванні атмосфери дискусії, безпосередньо впливаючи на тон і динаміку розмови.

Методологічна цінність такого підходу дозволяє глибше дослідити вплив голосу та його особливостей на управління дискусією й сприйняття освітніх тем аудиторією. У межах ток-шоу важливо чітко визначати тематику та концентрувати

на розкритті протилежних позицій. Занадто загальні чи розмиті теми часто стають непродуктивними для такого формату обговорень. Загалом, розмовне шоу, яке започаткував Філ Донахью понад тридцять років тому, перетворилося на невіддільний елемент сучасного телебачення.

Цікаву позицію щодо ток-шоу як майданчика керованого пошуку істини висловлює американський науковець Вікі Абт. Дослідник звертає увагу на те, що телеведучі нерідко використовують терапевтичну модель у спосіб, який можна назвати цинічним, для створення психологічно вагомих висловлювань. Заявлена мотивація навчати та інформувати глядачів слугує виправданням вимоги до запрошених у студію гостей ділитися все більш особистими й провокаційними подробицями про свої проступки або ті, які були вчинені щодо них членами родини чи друзями. Попри це, такі деталі часто залишаються несправедливо замовченими у передачах [15].

Варто зазначити, що при виборі теми для дискусії в ток-шоу важливо не лише визначити її коректно, але й чітко виділити ключовий аспект обговорення. У цьому контексті вагоме значення має створення назви, яка буде точною, виразною, ритмічною й динамічною. Загальні формулювання чи популярні фрази не забезпечують необхідної аналітичної глибини. Натомість конкретна й чітко сфокусована назва здатна зацікавити аудиторію, задати конструктивний тон дискусії та стимулювати зацікавлення з боку глядачів.

Питання, які ведучий формулює для учасників ток-шоу, мають чітко відповідати меті програми. Для того щоб забезпечити аналітичну глибину обговорення, важливо ставити яскраві, стимулюючі питання, що торкаються суті обраної теми. Ведучий повинен не лише активно модерувати дискусію, але й вибудовувати її логічно й змістовно. Нерідко модератори припускаються помилки: ставлять безліч запитань, уникаючи аналізу відповідей, і вважають дискусію завершеною. Такий підхід знижує цінність програми та її вплив.

Розмова високої якості базується на невеликій кількості добре опрацьованих і чітких запитань, які дозволяють сконцентрувати увагу глядачів та учасників на найбільш важливому. Саме навколо таких питань повинна будуватися аргументована й продуктивна дискусія. Яскравим прикладом є робота Олексія Суханова, ведучого ток-шоу «Говорить Україна». У кожному випуску він обговорює одну важливу соціальну проблему чи складну життєву ситуацію, зокрема сімейне насильство, бідність, втрату дітей або недоліки

системи правосуддя. Такі епізоди демонструють, як структурована телевізійна дискусія може сприяти соціальному аналізу, допомагаючи глядачам зрозуміти не лише очевидні прояви, а й причини суспільних проблем.

Телеведучий виконує функцію активного модератора, спрямовуючи увагу аудиторії на логіку, емоційність і суть обговорення. Його завдання – підтримувати інтригу, уникати нейтральності, оперативно реагувати на відхилення від теми та спрямовувати діалог у конструктивне русло. Енергійність і залученість ведучого стимулюють учасників і тримають дискусію в рамках основного питання. За потреби він бере паузу для аналізу й корекції перебігу розмови, зберігаючи її фокус та контроль над атмосферою. Для ефектної роботи необхідна ґрунтовна підготовка: знання теми, аналітична база, експертні думки й візуальні матеріали. У разі сповільнення темпу дискусії ведучий має м'яко підвести її до логічного завершення.

Фінальна частина ток-шоу має бути органічною і вдумливо побудованою, без різких переходів чи механічних рішень. Завершення дискусії після повного висвітлення теми повинно сприяти формуванню у глядачів цілісного уявлення про проблему та її ключові аспекти. Здатність правильно обрати момент для завершення обговорення і майстерно підбити підсумки свідчить про високий рівень професіоналізму ведучого та його здатність точно відчувати ритм ефіру.

Телеведучий, який виступає посередником або нейтральною стороною, далеко не завжди є найкращим варіантом, адже це часто підриває загальну концепцію передачі. Його роль виходить за межі модератора: ведучий має брати активну участь у процесі, спрямовувати дискусію, викладати ключові події та застосовувати різні підходи для досягнення істини. Основне завдання – підтримувати динаміку програми, створювати емоційну напругу та водночас дотримуватись драматургічного ритму шоу. Зважаючи на характерну для ток-шоу схему неоднорідного розвитку подій, ведучий повинен демонструвати поведінкову гнучкість. Чергування витків сюжету – від конфліктів до їх розв'язання (хоч можливі й інші моделі) – значною мірою залежить від професійності та майстерності тієї людини, яка спрямовує ефір.

Як показує досвід проведення телемарафону «Єдині новини» у форматі суспільно-політичного ток-шоу, ведучі демонструють високий рівень професіоналізму навіть за умов підвищеного стресу. Їхня швидка реакція на події, вміння

варіювати темп, адаптуватись до технічних збоїв чи організовувати інтерактивні вклучення свідчать про значний досвід роботи та готовність до кризових ситуацій. Частковою запорукою цього є персональні якості ведучих – люди, які роками працювали на екрані навіть у складних умовах, зберігають холоднокровність, чіткість у подачі інформації та здатність підтримувати довіру аудиторії.

Втім, програма також має свої недоліки структурного чи жанрового характеру. З плином часу помітно зниження якості матеріалів: усе частішими стають неточності в інформації, повтори архівних кадрів без відповідного маркування чи навіть емоційні зриви ведучих. Усе це негативно позначається на рівні довіри глядачів до проєкту. Баланс між видовищністю шоу та інформаційною ефективністю часто порушується через стереотипність і певну недбалість у підготовці матеріалів. Проте сильний образ телеведучого лишається основною опорою програми – саме він часто виступає точкою консолідації довіри аудиторії.

Особистість ведучого як ключового ресурсу програми варто розглядати окремо через такі аспекти, як харизма, реактивність і здатність адаптуватись до кризових контекстів. Ці характеристики формують не лише їхній індивідуальний імідж, а й визначають ефективність у рамках конкретного жанру.

На відміну від суспільно-політичних програм, де ведеться нудна, бесіда із запрошеними експертами образі ведучого в розважальних передачах має свої особливості. Українське телебачення демонструє чіткі трансформації в образі та функціональній ролі ведучого в межах розважальних програм. Ці зміни зумовлені загальною суспільною атмосферою, інформаційною війною, пошуком нових форматів та зростанням впливу цифрових платформ.

Сучасний ведучий більше не виступає як лектор чи «арбітр» у студії. Натомість він стає рівноправним учасником шоу, другом або «своїм серед своїх». У програмах на кшталт «Хто зверху?» чи «Де логіка?» ведучі активно жартують, помиляються і навіть змагаються, тим самим стираючи бар'єр між глядачем і телевізійним ефіром. Це сприяє появі нового типу ведучого-коміка – іронічного, самокритичного, з живою емоційною реакцією. Яскраві приклади такого формату – Олександр Педан та Євген Кошовий.

Під впливом війни і загальної соціальної напруги навіть розважальні передачі почали інтегрувати глибші суспільно важливі теми. У фіна-

лах програм чи між раундами часто звучать слова вдячності ЗСУ, згадки про волонтерів або історії із життя евакуйованих родин. Дедалі частіше ведучі демонструють свою чітку громадянську позицію, відкрито висловлюючись із найбільш чітких питань (наприклад, Леся Нікітюк активно публікує дописи про війну на своїх сторінках).

Сьогодні велика частина ведучих активно працює в соціальних мережах, доповнюючи свій образ із телеекрана. Так формується образ «мультимедійного» ведучого, який одночасно присутній у телевізійних проєктах, Instagram, TikTok і YouTube. Це створює персоналізоване сприйняття: глядач починає бачити ведучого як "знайомого", який є частиною його щоденного життя.

Сучасний ведучий демонструє високу адаптивність залежно від формату програми. Наприклад, у «Хто зверху?» він виконує ролі веселого коуча-гумориста, тоді як у «Я люблю Україну» чи благодійних марафонах стає стриманим модератором. Така гнучкість свідчить про професійне розширення їхнього образу, де артистизм тісно переплітається з умінням реагувати на різні виклики.

Невідповідність телеведучого загальним вимогам професійної діяльності часто стає значною перешкодою у досягненні ефективної реалізації задуму програми. Метушливість, невпевнена жестикуляція й міміка, а також невдало обраний екранний образ заважають коректному сприйняттю ідеї, закладеної в передачі. Подібні недоліки не лишаються непоміченими глядачами. Особливо помітною є нестача ерудиції чи поверхневі знання професійної специфіки, навіть якщо ведучий уже тривалий час перебуває в ефірі.

Ще більшу стурбованість викликає низький рівень обізнаності в темі, нерозуміння суті обговорюваних питань і механічне відтворення підготовленого тексту без належного емоційного забарвлення чи відповідних інтонацій. Самовдоволений тон ведучих лише підкреслює недостатню підготовленість до обговорення. Невпевненість у дискусіях, випадковий характер їхньої присутності в кадрі й нездатність дотримуватися логічної послідовності подій суттєво знижують як змістовну, так і культурну вартість програми. Усе це вказує на брак професіоналізму і компетентності телеведучих, чия робота не відповідає навіть базовим стандартам професії і є важкою для оцінки з позицій сучасних теоретичних підходів.

Незважаючи на різноманіття телевізійних образів і постійну змінюваність екранізації, ключові принципи залишаються незмінними: чіткість

фізичної поведінки, моральна культура комунікації та дотримання творчих стандартів. Серед основних критеріїв професійної майстерності сучасного телеведучого можливо виокремити здатність до ефективного спілкування з аудиторією, зрозуміле донесення основного задуму програми та забезпечення розвитку подій до логічного завершення. Ці аспекти стали визначальними під час аналітичної оцінки телеведучого як повноцінного суб'єкта телевізійного мистецтва.

**Висновки.** Проведений аналіз творчого процесу телеведучого на основі методології порівняльного контент-аналізу реальних телевізійних продуктів підтверджує наукову обґрунтованість обраного дослідницького підходу. Застосування цієї методики дає змогу сформулювати всебічну та комплексну картину функціонування образу сучасного телеведучого в межах конкретного жанрового й естетичного контексту.

Інтерпретація телеобразу, а також аналіз вербальних, невербальних і поведінкових характеристик ведучого мають базуватися на чітко визначених теоретичних принципах. Вони повинні враховувати жанрову специфіку програми, потреби аудиторії та функціональні цілі передачі. Зокрема, об'єктивне дослідження індивідуального стилю подачі, використання стилістичних прийомів і побудови інтонаційної структури мовлення ведучого постає як невід'ємний елемент наукового аналізу.

В рамках цього дослідження було запропоновано принципи аналізу творчої діяльності телеведучого, які поєднують методи контент-аналізу, стилістичного спостереження та адаптації до жанрових особливостей. Такий підхід дозволяє виокремити ефективні моделі поведінки на телебаченні й водночас виявляти проблемні аспекти у структурі ток-шоу чи інформаційних програм.

Розробка теоретичних основ творчої діяльності телеведучого з акцентом на жанрову диференціацію (ток-шоу, інформаційне мовлення, соціальні проєкти тощо) є досить актуальним завданням сучасної телевізійної критики. Це питання перебуває у фокусі наукового пошуку не лише в галузі журналістикознавства, а й у суміжних дисциплінах – таких як, мистецтвознавство й медіакомунікації.

Дослідження ролі телеведучого як креативного суб'єкта телевізійного процесу сприяє більш глибокому розумінню природи телевізійного мовлення, удосконаленню медійних практик та розвитку нових аналітичних підходів у межах українського телепростору.

**Список літератури:**

1. Андрущенко М. Невербальні чинники формування іміджу телеведучого. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mysu\\_2013\\_13\\_28](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mysu_2013_13_28) (дата звернення: 15.07.2025).
2. Барна Н. В. Іміджмейкерство як різновид митецької діяльності в аспекті масової культури. *Мистецтвознавчі записки*. Київ : Міленіум, 2006. № 10. 210 с.
3. Гнатенко К. Ведучі як дзеркала телеканалів. URL: <https://detector.media/kritika/article/33729/2007-09-07-veduchi-yak-dzerkala-telekanaliv/> (дата звернення: 15.07.2025).
4. Гоян, В. В. Типові та жанрові особливості інформаційної телепрограми: посіб. для студ. Ін-ту журналістики / Віта Володимирівна Гоян. Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, 2001. 53 с.
5. Дмитровський, З. Є. Телевізійна журналістика : навч. посібник/ З.Є. Дмитровський. Вид. 3-тє, доповн. Львів : ПАІС, 2009. 224 с.
6. Карманська Ю. Netflix аносував епізод шоу Девіда Леттермана із Володимиром Зеленським. URL: <https://forbes.ua/news/netflix-anonsuvav-epizod-shou-devida-lettermana-iz-volodimiro-zelenskim-08122022-10340> (дата звернення: 15.07.2025).
7. Маргалик, В. Імідж ведучого телевізійної програми, його відповідність жанрові й тематиці. *Наукові записки Інституту журналістики*. Київ, 2003. Т.11. С. 70–84.
8. Машенко І.Г. Хроніка українського радіо і телебачення в контексті світового аудіовізуального процесу. Київ : Україна, 2005. 381 с.
9. Brzezinski G. Jane Pauley's pro tips on coming back to work after a break. URL: <https://www.msnbc.com/know-your-value/jane-pauley-s-pro-tips-coming-back-work-after-break-n816041> (дата звернення: 15.07.2025).
10. Clarendon D. 15 Years Ago, Conan O'Brien's 'Tonight Show' Stint Came to an Ignominious End. URL: <https://www.tvinsider.com/1169670/the-tonight-show-with-conan-obrien-jay-leno-conflict/> (дата звернення: 15.07.2025).
11. Hjarvard S. The Mediatization of Society A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change *Nordicom Review* 29 (2008) 2, pp. 105–134 URL: [https://www.nordicom.gu.se/sites/default/files/kapitel-pdf/269\\_hjarvard.pdf](https://www.nordicom.gu.se/sites/default/files/kapitel-pdf/269_hjarvard.pdf) (дата звернення: 15.07.2025).
12. McQuail D. *Journalism and Society*. SAGE Publications. 2013. 15 p. Page 65. URL: <https://doi.org/10.4135/9781526435798> (дата звернення: 15.07.2025).
13. Silverstone R. *Media and Morality: on the Rise of the Mediapolis*. Cambridge, 2007. 8 p. Page 135. URL: [https://books.google.co.ck/books?id=I9qnwm\\_\\_HoAC&printsec=frontcover&rview=1#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.ck/books?id=I9qnwm__HoAC&printsec=frontcover&rview=1#v=onepage&q&f=false) (дата звернення: 15.07.2025).
14. Tumin R. Stephen Colbert Uses Profanity to Describe President Trump's 'Soul'. URL: <https://www.nytimes.com/2017/10/05/arts/television/stephen-colbert-trump-michael-moore.html> (дата звернення: 15.07.2025).
15. Vicki Abt. How TV Talkshows Deconstruct Society <https://www.psu.edu/news/research/story/how-tv-talkshows-deconstruct-society> (дата звернення: 15.07.2025).

**Danylenko S. A. INNOVATIVE APPROACHES TO FORMING THE SCREEN IMAGE OF A TV PRESENTER**

*The scientific article is devoted to the study of modern trends in the formation and transformation of the TV presenter's screen image in the context of the digital era. The author analyses current approaches to the formation of visual, verbal and non-verbal components of the screen image. The influence of socio-cultural factors and media trends on the peculiarities of television broadcasting is determined. New guidelines in the training of TV presenters are proposed.*

*In the modern media space, the on-screen image of a TV presenter is not only a tool for transmitting information, but also a powerful means of influencing the mass consciousness, shaping public opinion and aesthetic preferences. With the intensive development of digital technologies and the transformation of the television format, the role of a TV presenter is becoming much more complex. He or she is turning not just into a communicator, but into an important element of visual culture that embodies a certain worldview, ethical values and social norms.*

*The article examines current trends, technologies and innovative approaches that shape the specifics of the screen image in the context of modern television broadcasting. The author analyses the impact of the presenter's appearance, gestures, facial expressions, voice timbre and general positioning in the frame on the audience's perception. Particular attention is paid to the role of individual style as a factor of personification, which increases the level of viewer's trust in the information product.*

*The methodological basis of the study is a comprehensive analysis of Ukrainian and foreign media content, taking into account theoretical approaches to the formation of the screen image, in particular the concepts of screen personality, television image and media character. The result of the study is the identification*



*of the key elements that ensure the effectiveness of a television performance: image integrity, communicative appeal, compliance with genre and format requirements, and flexibility of adaptation to changes in audience expectations.*

*Based on the collected materials, the author's vision of an innovative approach to creating a TV presenter as an integrated visual and communicative image that meets the requirements of a dynamic information environment, promotes professional credibility and effective delivery of content to the target audience is proposed.*

**Key words:** *TV presenter, television broadcasting, television process, screen image, communication, media space, innovations, image.*

Дата надходження статті: 02.10.2025

Дата прийняття статті: 10.11.2025

Опубліковано: 29.12.2025