В. В. Попова

Мариупольский государственный университет

НОВОСТНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ИМИДЖА ПРОФЕССИЙ

Во все времена новости остаются наиболее рейтинговой телепрограммой, ведь это «реальный канал, что подключает человека к социуму в самых широких рамках – национальных, общемировых» (Федотова Л. Н., 2004). Проведенный нами анализ новостных материалов украинских телеканалов позволил определить характерные информационные поводы для показа профессиональной жизни людей. Во-первых, это сама тема журналистского выступления, ведь каждое выступление журналиста несет информацию профессиональной направленности, предметом ее обязательно является человек, событие, ситуация, и соответственно, подразумевается наличие человека, организации или иных профессиональных сил, призванных решить данную ситуацию.

Еще одним поводом могут быть «лайфовые» материалы: герой журналистского материала – представитель определенной профессии. Обычно такие материалы создаются накануне профессиональных праздников или к юбилею известного представителя профессии, это могут быть также рассказы о ходе и результатах профессиональных конкурсов (например, «Телетриумф» или «Учитель года»). Показательными в этом плане являются также сюжеты об организациях: условия, особенности труда и прочее, то есть рассказ о профессии как профессиональной общности. Информационным поводом может быть профессиональный праздник, а также необычные умения и навыки профессионала или продукт его труда. Примером последнего может быть рассказ о ювелирной работе часовщика или новые находки в живописи или музыке.

Отрицательный контекст показа профессий могут создавать сюжеты о различных правонарушениях, летальных случаях в той или иной отрасли. Постоянно присутствуют в информационном поле и в центре внимания журналистов профессии массовой культуры (певцы, модели, актеры и проч.). Имидж профессии создается тут через имидж конкретных ярких личностей, а собранный образ «массово-культурного» работника отличается гламуром и яркостью, создан продуманно и в новостях носит скорее рекламный, пиар характер, нежели чисто информационный.