

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра русского языка
и речевой коммуникации

СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ ИМИДЖА ТЕЛЕВЕДУЩЕГО (К. СОБЧАК)
АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 4 курса 431 группы
направления 42. 03. 02. - Журналистика
Института Филологии и журналистики
Шкарупы Алины Дмитриевны

Научный руководитель
доцент, кандидат
филологических наук

подпись, дата

Е.В. Уздинская

Зав. кафедрой
русского языка и
речевой коммуникации
профессор, доктор

подпись, дата

М.А. Кормилицына

Саратов, 2016 год

Введение

Имидж (англ. image, от лат. imago) – это «определенный образ известной личности или вещи, создаваемый средствами массовой информации, литературой, зрелищами или самим индивидом» [Комлев 2000]. Сейчас имидж является актуальным предметом изучения в разных научных дисциплинах: имиджелогии, политологии, социологии. Важное место занимает изучение имиджа и в лингвистике, особенно в исследовании речи журналистов. Это в значительной степени связано с процессом демократизации российских средств массовой информации, результатом которой стала «персонификация». Возникли образы-маски, которые последовательно воплотились в творчестве коммуникаторов [Олешко 2003: 120]. Для публичного человека речевой имидж особенно значим, потому что от того, насколько хорошо подобран имидж, будет напрямую зависеть коммуникативный успех или коммуникативная неудача.

Имидж определяется различными факторами: особенностями личности, ее установками, ориентацией на адресата. В связи с этим имидж коммуникатора может меняться в зависимости от ситуации, в частности от особенностей разных теле- и радиопрограмм. Представляет интерес выявление различных средств создания имиджа публичной личности, которая привлекает к себе внимание большого количества людей и участвует в различных теле- и радиопрограммах. Такой личностью, на наш взгляд, является Ксения Собчак.

Исследование проводилось на **материале** видеозаписей ток-шоу «Госдеп» за 2012 год (1 час записи – 1 выпуск), «Госдеп-2» за 2012 год (5 часов записи – 5 выпусков), «Госдеп-3» за 2012-2013 год (10 часов записи – 10 выпусков), «Собчак живьем» за 2012-2016 год (20 часов записи – 20 выпусков).

Целью данного исследования является выявление средств создания имиджа Ксении Собчак в общественно-политических ток-шоу.

Для реализации поставленной цели необходимо решение следующих **задач**:

1. Сопоставить передачи «Госдеп» и «Собчак живьем».

2. Выявить вербальные и невербальные средства создания имиджа К. Собчак в телевизионных передачах.

3. Установить, влияет ли на характер имиджа особенности передач, в которых участвует К. Собчак и изменяется ли этот имидж со временем.

4. На основе исследования выявить наиболее характерные черты имиджа К. Собчак.

Структура работы: работа состоит из введения, двух глав (*Имидж телевизионного коммуникатора как его «публичный портрет»* и *Средства создания имиджа Ксении Собчак в общественно-политических ток-шоу («Госдеп» и «Собчак живьем»*)), заключения, списка использованной литературы и приложения.

Первая глава включает в себе основные теоретические основы исследования имиджа журналиста. В главе рассматриваются критерии, предложенные различными исследователями, по которым можно выявить основные средства создания имиджа телеведущего.

Вторая глава исследования посвящена анализу внешнего облика, речевого и невербального поведения журналистки К. Собчак в общественно-политических телепрограммах.

Основное содержание работы

В первой главе *Имидж телевизионного коммуникатора как его «публичный портрет»* рассматриваются основные способы создания определенного имиджа журналиста [Комлев 2000].

В своей работе «Журналистика как творчество» В.Ф. Олешко пишет, что имидж коммуникатора – это его «публичный портрет». Он динамичен и в сознании аудитории нередко живет «самостоятельной жизнью», требует постоянной «фактологической» или «драматургической» подпитки, находясь как бы между реальным и желанным, восприятием и воображением [Олешко 2003: 118].

На основе определений, высказанных исследователями из различных областей лингвистики, имиджологии и социологии, можно выделить основные составляющие имиджа:

1. Внешние черты. Сюда относится всё, что касается внешности: одежда, причёска, умение подбирать образ в соответствии с тематикой мероприятия, программы и т.д.
2. Уровень культуры, прежде всего речевой культуры.
3. Манера поведения, проявляющаяся, прежде всего невербальными средствами. Здесь речь идет о мимике, жестикуляции, особенностях интонация, темпе речи, тембре голоса, паузах и т.д.

Все отмеченные составляющие в значительной степени определяются той коммуникативной ролью, которую выполняет говорящий. В.И. Карасик считает, что роль – это «устойчивый шаблон поведения, включающий действия, мысли и чувства человека» [Карасик 2002: 11].

Составляющей частью имиджа, а значит, и коммуникативной роли говорящего являются его внешние особенности.

От того, как выглядит телеведущий, будет зависеть то, как зритель будет воспринимать его как профессионала. В. М. Шепель утверждает, что «благоприятные внешние данные являются тем природным достоянием, которым важно умело распорядиться как в личной жизни, так и в профессиональной деятельности» [Шепель 2005: 217].

Выбранный «образ» журналист будет проявлять в одежде, причёске и даже макияже. Внешность ведущего аналитической передачи будет кардинально отличаться от внешности ведущего развлекательной программы.

Не менее важным аспектом в изучении имиджа журналиста является речевая культура. Наиболее ёмкое определение культуры речи, на наш взгляд, дал Е. Н. Ширяев: «Культура речи – это такой набор и такая организация языковых средств, которые в определенной ситуации общения при соблюдении современных языковых норм и этики общения позволяют обеспечить наибольший эффект в достижении поставленных коммуникативных задач». В

сборнике «Хорошая речь» в качестве важнейших коммуникативных качеств речи исследователи выделяют: чистоту, логичность, точность, понятность, уместность, богатство, выразительность и др. [Ширяев 1991].

Соблюдение требований вежливости не менее важно, поскольку следование этим принципам создает положительную эмоциональную атмосферу взаимодействия. Исходя из обобщенных знаний о критериях вежливости, мы обращаемся к общим правилам, описанных в сборнике «Хорошая речь», которые используются при заинтересованности в успешной коммуникации собеседников.

В сборнике «Хорошая речь» среди других важных коммуникативных качеств речи, определяющих имидж журналиста, можно отметить богатство, выразительность и творческое своеобразие речи, которые проявляются в умелом использовании различных выразительных средств языка: эпитетов, метафор, сравнений, иронии, фразеологизмов, синтаксических фигур – параллелизма конструкций, антитезы, анафоры, лексического повтора, риторических вопросов, вопросно-ответных единств и т.п. [Хорошая речь 2007].

Уровень владения всеми типами речевых норм определяет тип речевой культуры журналиста. В учебнике для студентов - нефилологов под редакцией В.Е. Гольдина и О. Б. Сиротининой сказано, что само наличие большого запаса слов находится в прямой связи с типом речевой культуры, который в свою очередь тесно связан с типом общей культуры [Гольдин, Сиротинина 1993; 1997].

Изучив актуальные исследования в области речевой культуры, мы в своей работе опираемся на предложенную профессором О. Б. Сиротининой классификацию типов речевой культуры.

Невербальные составляющие имиджа журналиста в нашей работе представлены критериями, описанными в работе Г.Е. Крейдлина «Невербальная семиотика». Они касаются, во-первых, интонационных параметров невербального поведения. Кроме того, существенную часть

имиджа человека, в том числе и телевизионного коммуникатора, составляет язык тела – жесты, мимика. Жесты и мимика выдают весьма важную информацию о человеке, поскольку имеют рефлекторную природу. Определения скрытому значению жестов и мимики предлагают Г.Е. Крейдлин, А. Пиз.

Мы также используем понятие речевой стратегии и тактики, а также их классификацию, предложенную О.С. Иссерс.

На основе исследований мы можем сказать, что имидж во многом определяется личностными качествами ведущего, которые могут выражаться в различных формах: стиле одежды, чувстве юмора, манере держаться; в индивидуальных поведенческих характеристиках (как свойстве темперамента, так и свидетельстве профессионального опыта). При этом имидж журналиста может не совпадать с его реальными чертами, поскольку во многом определяется форматом программы и ориентацией на ту или иную аудиторию.

Вторая глава *Средства создания имиджа Ксении Собчак в общественно-политических ток-шоу («Госдеп» и «Собчак живьем»)* посвящена анализу речи К. Собчак в телепрограммах, где журналистка является телеведущей.

Мы охарактеризовали направленность и формат не только телепередач, но и телеканалов, транслирующих данные передачи. С помощью этого анализа в дальнейшем мы смогли проследить зависимость внешнего вида телеведущей К. Собчак от целевой аудитории передачи, а также от политической направленности телеканала. Несмотря на это, Ксения Собчак всегда выглядит стильно, ярко, но не вызывающе.

Речевое поведение журналистки является одним из важнейших критериев в оценке имиджа. Ошибки в своей речи телеведущая допускает крайне редко, что указывает на её высокий уровень речевой культуры. Отмеченные в нашем материале ошибки не очень грубы:

К.С. – ...Действительно, азербайджанцы воспринимают оскорблением ваши политические заявления и заявления, связанные с Арменией и с вашим

присутствием в Нагорном Карабахе... [«Собчак живьем»: эфир от 03.09.15] (Грамматическая ошибка (надо: *воспринимают как оскорбление*) может быть связана с неподготовленностью речи).

Неоспоримая логичность речи журналистки также отмечена в нашей работе. Её доводы всегда аргументированы и убедительны.

К. Собчак умело использует различные средства выразительности. Это и фразеологизмы, и метафоры, а также синтаксический параллелизм, анафора, эпифора. Еще одним средством выразительности журналистки является использование прецедентных текстов.

Уместность речи К. Собчак выражается тональностью речи. В телепередачах Ксения Собчак старается придерживаться официальной тональности. Она всегда использует этикетные формулы приветствия, свидетельствующие об уважении к собеседнику и к аудитории и о публичном характере общения. В зависимости от характера связей с собеседником, его возраста, степени знакомства с ним, К. Собчак может обращаться по имени-отчеству и на «Вы» либо по имени и на «ты». Но при этом ведущая спрашивает разрешение перейти на «ты» в случае, если собеседник – её близкий друг вне телеэфира. В зависимости от формата передачи тональность речи К. Собчак может варьировать от официальной до дружески-непринужденной.

В речи ведущей очень часто присутствуют показатели эмоционального, экспрессивного общения. Такими признаками являются использование оценочных слов и выражений, жаргонных и грубо-просторечных слов, а также ирония и сарказм.

Ирония и сарказм – это очень характерные для Ксении Собчак стилистические приемы, определяющие характерную тональность общения ее с собеседниками. Практически все передачи с участием К. Собчак проходят в ироническом ключе. Но вместе с этим в передаче «Собчак живьем» Ксения достаточно редко иронично высказывается по отношению к собеседнику. Она старается сохранить дружеский настрой, но может использовать иронию в качестве самозащиты, если задеты её личные чувства.

Несомненно, телеведущая демонстрирует стремление к вежливому общению, уважение к взглядам собеседника. Так, она использует этикетные формулы и такие тактики вежливости, описанные в статье Г. Р. Шамьеновой «Вежливость как качество хорошей речи»:

1. Высказывание отрицательной оценки под видом демонстрации уважения
2. Предупреждение негативной реакции адресата
3. Признание возможной ошибочности своего мнения
4. Возражение под видом согласия.

Это характеризует Ксению Собчак как человека знающего и умело использующего тактики вежливости. Однако при этом Ксения часто вступает в спор со своими гостями, используя иногда достаточно грубые и резкие высказывания. Типичная для Ксении Собчак форма выражения несогласия – использование слова *Подожди(те)* как демонстрация удивления, сомнения, припоминания. Данную формулу в своем исследовании Т.И. Попова относит к формулам агрессивного поведения.

Типичной для К. Собчак тактикой является переформулирование ответа собеседника, что делает суть этого ответа более явной. При этом содержание реплики собеседника предстает в более грубой и упрощенной форме. Например:

1. К.С. – Вот скажите, вы действительно считаете, что людей типа Стинга, типа Мадонны можно было уговорить поддержать Pussy Riot с помощью большого мирового заговора, мировой закулисы? Или Пётр Верзилов говорит правду о том, что звезды мирового масштаба сами вызвались в поддержку группы?

И.П.¹. - Не могу доверять Петру, ведь он актёр...

К.С. (Перебивает) – То есть он врет, Мадонне просто заплатили.

¹ И.П. – Иосиф Пригожин, продюсер

Еще одной характерной для К. Собчак тактикой, противоречащей принципам вежливого общения, является настойчивое требование от собеседника прямого ответа на её категоричные вопросы. Например:

1. К.С. – Но вы всегда были сторонником смертной казни.

П.А. – Плохо читаете, плохо слушаете.

*К.С. – **Вы поменяли точку зрения?***

П.А. – Нет, я же говорил: «человек, совершивший умышленное лишение жизни другого человека, если речь идет о ребенке точно, должен расплачиваться своей жизнью».

К.С. – Да, но по сути...

П.А. – Правильно я себя процитировал?

К.С. – Да, правильно. По сути дела, за смертную казнь...

П.А. – Нет. Пожизненное заключение — это тоже расплата своей жизнью.

*К.С. – **То есть, вы против смертной казни? Вы против того, чтобы Россия...***

П.А. – Я законник, Ксения, я законник. Я следую закону.

*К.С. – **Но вы бы хотели, чтоб мы отменили мораторий на смертную казнь?***

П.А. – Так вопрос не решается, вот так вот, за этим столом здесь.

*К.С. – **Вы можете ответить, да или нет?***

П.А. – Должны высказаться все.

*К.С. – **Вы «за»? Лично вы, Павел Астахов, уполномоченный по правам ребенка в России, вы «за» отмену моратория или «против»?***

П.А. – Должны высказать все. Я вам сказал, человек, лишивший другого жизни, должен расплатиться своей жизнью.

*К.С. – **То есть, вы «за» отмену моратория?** Настойчивое повторение вопроса.*

П.А. – Я ответил, как вам ответил, Ксения.

К.С. – Слушайте, но вы можете... Это же простой вопрос, вы адвокат.

П.А. – Человек, посягнувший на жизнь другого человека, должен расплатиться своей жизнью.

К.С. – То есть, вы «за» отмену моратория?

П.А. – Наш закон устанавливает, что пожизненное заключение — это и есть расплата с жизнью. [«Собчак живьем»: эфир от 03.12.15].

Ксения Собчак намеренно нарушает принципы вежливого общения, чтобы добиться от собеседника прямого и честного ответа. Это характеризует её как журналиста, который стремится любой ценой добиться правды.

Еще одной тактикой, подтверждающей данную составляющую речевого имиджа К. Собчак, является цитирование собеседника. Как правило, таким образом Ксения припирает собеседника к стенке, уличает во лжи, демонстрирует свое недоверие.

В диалоге Ксения Собчак часто перебивает собеседника, что также является нарушением норм вежливого общения.

Конфликтность в речевом поведении К. Собчак проявляется и в том, что она может дать прямую негативную оценку речевым действиям партнера, уличая его (иногда очень резко) во лжи, пустословии, уклонении от ответа и т.п. Например: 1. *К.С. – Я была у вас в хозяйстве.*

Г.С.². – Там жили гастарбайтеры из Молдавии.

К.С. – Вы в интервью сказали, что вы там живете.

Г.С. – Я вас разыграл. Просто вы так цинично задавали вопросы, что я вас разыграл.

*К.С. – Ведь **врать-то некрасиво**, православие это запрещает.*

Г.С. – Простите, Ксения, так получилось.

² Г.С. – Герман Стерлигов, российский политический и общественный деятель, предприниматель, менеджер

К.С. – Это же одна из заповедей. Как вы взяли и соврали мне. Я же искренне вам поверила, что на печке греетесь, без воды живете.

Г.С. – Вот так получилось.

*К.С. – Хорошо. **Соврали** — так иногда бывает даже с искренне верующим человеком [«Собчак живьем»: эфир от 03.09.15].*

При этом конфликтная ситуация, скандал не является коммуникационной целью К.Собчак. Более того, выступая в качестве телеведущего-модератора в передаче «Госдеп (2;3)», К. Собчак стремится погасить конфликт, устранить излишнюю агрессию участников передачи, напомнить им о правилах вежливого общения. Она не терпит неуважения собеседников друг к другу и всегда старается примирить участников диалога. Например: *С.М³. – Борис, кто пролоббировал закон Магнитского? Браудер или нет?*

Б. Н. – Господи, помолчи ты.

*К.С. – **Борис, ведите себя, пожалуйста, корректно.** Давайте будем нормально дискутировать. Что значит «помолчи» в ответ на вопрос? Это неправильно. Вам задали вполне приличный вопрос, будьте добры ответить на него [«Госдеп-3»: эфир от 27.02.12].*

Невербальный компонент является неотъемлемой частью имиджа Ксении Собчак. Невербалика реализована, главным образом, кинесикой. Ксения относится к людям с активной жестикуляцией. Она свободно перемещается по студии, использует попеременно открытые и закрытые позы, указательные жесты. Часто жесты и кинетическое поведение журналистки противоречат содержанию речевого высказывания.

Еще одним важным средством выражения своих мыслей и чувств служит для К. Собчак интонация. Голос ее, в целом спокойный, в моменты несогласия собеседником может повышаться и приобретать большую резкость и интенсивность.

³ С.М. – Сергей Марков – проректор академии Плеханова, член общественной палаты, политолог

Заключение

В результате исследования нам удалось выявить основные черты имиджа журналистки К. Собчак. Мы сумели проследить зависимость внешнего облика, речевого и невербального поведения от направленности канала, а также от целевой аудитории и формата телепередачи, в которых К. Собчак выступает в качестве телеведущей.

Анализ речевого поведения позволил нам судить о Ксении Собчак как о грамотном человеке с достаточно высоким уровнем речевой культуры, который можно рассматривать как промежуточный – между неполнофункциональным и литературно-жаргонизирующим типом. Это так же, как и внешний образ, зависит от формата передачи, в которой участвует К. Собчак.

Мы выяснили, что К. Собчак умеет создать тональность, необходимую в публичном общении. Она проявляется наиболее ярко в использовании этикетных формул обращения на «*Вы*», по имени-отчеству и т.п. Но вместе с этим журналистка использует агрессивные тактики речевого поведения, настойчивые и провокационные вопросы, оценочную лексику.

Именно эти качества речевого и неречевого поведения К. Собчак определяют противоречивое отношение к ней. Эмоциональность, остроумие, яркость высказываний, а главное – стремление дойти до истины – все это привлекает в К. Собчак. С другой стороны, желание добиться правды любой ценой, игнорируя чувства собеседника, отторгает от К. Собчак, вызывает к ней осторожное отношение.