

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,
речевой коммуникации
и русского как иностранного

**Роль ведущих в организации общения в телевизионном
ток-шоу**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студента 4 курса 431 группы
направления 42.03.02 «Журналистика»
Института филологии и журналистики
Рябова Артема Александровича

Научный руководитель
К.ф.н., доцент

подпись, дата

Г.С. Куликова

Зав. кафедрой
Д.ф.н., профессор

подпись, дата

М.А. Кормилицына

Саратов 2018

Введение

Коммуникативная ситуация в современном мире характеризуется активным участием СМИ в жизни общества и использованием этими же СМИ технологий по формированию общественного мнения. Система жанров современных СМИ очень обширна. К примеру, на телевидении среди так называемого «общественно-политического контента» одним из самых популярных сегодня жанров является ток-шоу.

Общественно-политические ток-шоу пользуются популярностью во многих странах, и Россия не является исключением. Этот факт подтверждает широкое присутствие подобных программ на отечественном ТВ. Общественно-политическое ток-шоу есть в сетке вещания почти каждого федерального канала.

Собственно, главной задачей общественно-политического ток-шоу является привлечение внимания телеаудитории к тому или иному вопросу посредством устной дискуссии, преимущественно с учётом экспертного мнения. Ключевой фигурой ток-шоу является его ведущий (ведущая или ведущие), который должен умело управлять направлением беседы и в идеале избегать открытых конфликтов в студии (последнее является весьма спорным моментом, особенно в отношении современных отечественных общественно-политических ток-шоу).

Актуальность выбранной темы обусловлена недостаточной изученностью процессов организации общения в ходе телевизионного ток-шоу и высокой популярностью общественно-политического ток-шоу, как телевизионного жанра.

Цель данной дипломной работы - исследовать и охарактеризовать роль ведущих в организации общения в студии телешоу.

Для реализации поставленной цели в данной дипломной работе необходимо решить следующие **задачи**:

- рассмотреть понятие общественно-политического ток-шоу как жанра современной журналистики, его особенности на современном российском телевидении;

- рассмотреть теоретические основы коммуникативного поведения и его составляющих;

- охарактеризовать структуру композиции изучаемой программы;

- выявить и описать речевые стратегии и тактики, применяемые ведущими;

- проанализировать распределение ролей в студии общественно-политического ток-шоу «Место встречи» в процессе общения с гостями в студии;

- выявить наиболее яркие отличительные черты речевого портрета ведущего ток-шоу «Место встречи» Андрея Норкина.

Объектом исследования является модель коммуникативного поведения ведущих общественно-политического ток-шоу, реализуемая в ситуации межличностного общения, основной задачей которых является оказание воздействия на телеаудиторию.

Предметом исследования являются коммуникативные стратегии и тактики, применяемые ведущими при организации общения в студии ток-шоу.

Данное исследование реализовано на примере общественно-политического ток-шоу «Место встречи», выходящего в эфир на телеканале «НТВ». **Материалом** исследования являются видеозаписи выпусков ток-шоу (23 выпуска, продолжительностью всего 35 часов). Выбор программы для исследования обусловлен тем, что данное ток-шоу входит в число самых высокорейтинговых на российском телевидении.

В качестве **методов исследования** были выбраны: теоретический анализ и систематизация научной литературы, наблюдение, описание, обобщение.

Поставленные цели и определенные задачи обусловили структуру представленной работы.

Структура выпускной работы состоит из введения, двух глав, заключения, библиографического списка и приложения.

Во **введении** обосновывается актуальность темы дипломной работы, определяются цель, задачи, объект и предмет исследования.

В **первой главе** дается понятие общественно-политического ток-шоу как жанра современной журналистики, его особенностей, рассматриваются основные теоретические подходы к описанию коммуникативных тактик и стратегий.

Вторая глава посвящена анализу роли ведущих при организации процесса общения в студии ток-шоу.

В **заключении** подводятся итоги по результатам проведенного исследования, формулируются основные выводы.

В **приложении** приводится расшифровка фрагментов речи участников выпуска ток-шоу «Место встречи».

Основное содержание работы. ГЛАВА 1. «Теоретические основы исследования» посвящена рассмотрению основных понятий, необходимых для дальнейшего исследования, теоретических подходов к описанию основных коммуникативных стратегий и тактик. Структура главы представлена следующими подразделами: «Ток-шоу в жанровой системе российского телевидения» и «Понятие коммуникативного поведения, основные коммуникативные стратегии и тактики, используемые при организации дискуссии в студии общественно-политического ток-шоу».

В теоретической главе исследования нами были рассмотрены следующие понятия: «ток-шоу», «дискурс», «коммуникативное поведение», «стратегия», «речевая (коммуникативная) стратегия», «коммуникативная тактика», «коммуникативные ходы».

В результате анализа существующих научных источников, мы остановили своё внимание на анализе применяемых ведущим ток-шоу

коммуникативных стратегий и тактик, что нами и было сделано в практической части выпускной работы. За основу своего исследования мы взяли классификацию коммуникативных стратегий и тактик исследователя Л.А. Нугумановой [Нугуманова, 2014], а также провели собственный анализ используемых коммуникативных приёмов (ходов) ведущими ток-шоу «Место встречи».

ГЛАВА 2. «Роль ведущих в организации общения в телешоу на материале программы «Место встречи» состоит из следующих подразделов: «Общая характеристика общественно-политического ток-шоу «Место встречи», «Композиция ток-шоу «Место встречи», «Распределение ролей в студии общественно-политического ток-шоу «Место встречи», «Анализ использования речевых стратегий и тактик ведущими при организации дискуссии в студии общественно-политического ток-шоу «Место встречи», «Индивидуальные предпочтения в речи Андрея Норкина».

В данной главе нами была дана характеристика ток-шоу «Место встречи», описаны композиция и распределение ролей в студии изучаемой программы, проведён анализ коммуникативных стратегий, тактик и приёмов, применяемыми ведущими ток-шоу «Место встречи» и выделены главные отличительные черты речевого портрета Андрея Норкина. Также в практической части исследования нами были рассмотрены понятия: «коммуникативный лидер», «речевой портрет».

Проведя анализ нескольких выпусков «Места встречи», нам удалось выявить некоторые закономерности в построении разных выпусков программы, что позволило обозначить основные композиционные составляющие изучаемого ток-шоу: **зачин, завязка, развитие, кульминация и развязка.** Также мы отметили, что выпуск ток-шоу «Место встречи» делится на 2 больших модуля, которые в свою очередь, в среднем, уже делятся на 4 блока микротем. В целом, характеризуя композицию выпуска ток-шоу «Место встречи», можно сказать, что она имеет в своём составе 10 основных элементов и 3-5 вспомогательных.

В результате анализа выпусков ток-шоу, мы также выявили некоторые закономерности в распределении ролей в студии изучаемой программы. Таким образом, мы пришли к выводу, что ведущие являются «мозговым центром» дискуссии. Они выполняют функцию модераторов полилога и моментально реагируют на изменение коммуникативной ситуации на съёмочной площадке. Помимо ведущих, в дискуссии участвуют эксперты и вспомогательный персонал: зрители в студии и ассистенты, сидящие рядом с экспертами и держащие им микрофон. Ведущие ток-шоу могут выполнять в ходе программы разные роли, а именно выступать одновременно, как интервьюер и как модератор, что и подтвердилось на примере ведущих ток-шоу «Место встречи» Андрея Норкина и Ольги Беловой, которая покинула проект с апреля 2018 года. В качестве экспертов и гостей ток-шоу выступают известные люди: политики, ученые, общественные деятели, писатели, задача которых раскрыть заявленную тему выпуска. Они дают комментарии по обсуждаемому событию, понятные широкому кругу телезрителей, прогнозируют варианты его развития, устанавливают причины, предлагают свои варианты решения проблемы. Зрители в студии играют пассивную роль: они не вступают в контакт с ведущими и экспертами, а лишь демонстрируют возгласами одобрения или возмущения свое отношение к тому или иному суждению. На основе своих наблюдений, мы пришли к выводу, что модель дискуссии в студии ток-шоу «Место встречи» представляет собой некую «экосистему», где каждый участник выполняет строго отведённую ему роль и включается в дискуссию в определённый момент. Таким образом, в ток-шоу присутствуют одновременно как импровизация, так и четкая спланированность действий.

В данном исследовании мы провели анализ использования ведущими, изучаемой программы, широкого спектра коммуникативных стратегий и тактик. В своей работе мы опирались на классификацию речевых стратегий и тактик, представленную в исследовании Л.А. Нугумановой, а также на результаты собственных научных наблюдений.

В результате просмотра нескольких выпусков программы, нам удалось установить, что ведущие ток-шоу «Место встречи» прибегают к использованию следующих коммуникативных стратегий: стратегия «перманентного следования теме ток-шоу», стратегия «побуждения на откровенность», стратегия «принцип пояснения». Также нами были выделены в дискурсе ведущих: стратегия «организации диалога» и стратегия сотрудничества. Мы представляем результаты нашего исследования на примере анализа использования ведущими ток-шоу «Место встречи» стратегии «перманентного следования теме ток-шоу».

Стратегия «перманентного следования теме ток-шоу» реализуется через следующие коммуникативные тактики: «Введение темы», «Возвращения к теме» и «Завершение темы». С помощью тактики «Введение темы» ведущие начинают общение в студии. Как следует из названия этой тактики, они знакомят экспертов и зрителей с темой, которой будет посвящена дискуссия в конкретном выпуске программы. Ведущие программы «Место встречи» реализуют тактику при помощи следующих коммуникативных приёмов: анонсирование, констатация, побуждение, серия риторических вопросов, утверждение, информативное сообщение, напоминание:

Тактика	Коммуникативный приём
Введение темы	<p>Анонсирование <i>Белова: Это «Место встречи» на «НТВ» и сегодня это будет несколько другое «Место встречи», где встретятся люди, судьбы которых переплела и соединила Великая Отечественная война. Мы вспомним истории героев, чьи имена не всегда известны, но чей подвиг помнят даже спустя более 70 лет. В нашей студии сегодня будут встречаться потомки спасённых и спасителей. (05.09.17)</i></p>

Таблица 2. Пример применения ведущими тактики «возвращение к теме» и сопутствующих ей коммуникативных приёмов

С помощью тактики «Возвращение к теме» ведущие возвращают гостей к теме выпуска и не дают им выходить за её рамки. Следование теме программы является стратегически важным элементом организации общения в студии ток-шоу, так как если ведущие не будут возвращать экспертов к

заявленной теме, то структура дискуссии будет нарушена, и телезрители потеряют интерес к конкретному выпуску данной программы, а в перспективе и ко всей программе в целом. Ведущие изучаемой программы реализуют данную тактику с помощью следующих коммуникативных приёмов: констатация, напоминание, побуждение.

Тактика	Коммуникативный приём
Возвращение к теме	Побуждение Белова: Так, давайте, вернёмся непосредственно к теме разговора.

Таблица 1. Пример применения ведущими тактики «введение темы» и сопутствующих ей коммуникативных приёмов

Использование тактики «завершение темы» можно назвать неотъемлемым элементом дискуссии в студии ток-шоу. С её помощью ведущие подводят общение к логическому завершению и делают выводы по тому, что обсуждалось за время программы, а также возможно предлагают собственные пути решения той или иной общественно важной проблемы. В рамках изучаемой программы, тактика «завершение темы» может применяться как метод подведения итога всей дискуссии в целом, так и как инструмент завершения обсуждения конкретного вопроса. Ведущие реализуют данную тактику при помощи коммуникативного хода «побуждение».

Тактика	Коммуникативный приём
Завершение темы	Побуждение Норкин (Андрею Метлёву): <i>Знаете, давайте мы Церковь оставим в покое, пусть Патриарх и остальные они сами решают, что им освещать, что не освещать (25.12.17)</i>

Таблица 3. Пример применения ведущими тактики «завершения темы» и сопутствующих ей коммуникативных приёмов

Таким образом, стратегия «перманентного следования теме ток-шоу», которая реализуется с помощью рассмотренных тактик, является основной среди других используемых ведущими стратегий, так как её задача как можно точнее раскрыть тему выпуска в течение жестко ограниченного

времени телеэфира. Использование данной тактики является обязательным для всех участников дискуссии, потому что ее игнорирование может лишить обсуждение темы всякого смысла и превратить его в демагогию. Функции ведущих в этом случае заключаются в направлении и координации коммуникации в студии ток-шоу. Андрею Норкину и Ольге Беловой удаётся успешно реализовывать стратегию «перманентного следования теме ток-шоу», ведущие внимательно следят за ходом дискуссии и за ответами экспертов, и в случае, если последние значительно отклоняются от темы программы, Норкин и Белова возвращают их к теме дискуссии. Таким образом, ведущие направляют и координируют процесс коммуникации в студии.

В задачи нашего исследования не входило создание речевого портрета ведущих ток-шоу «Место встречи», мы сосредоточились только на их роли в организации общения в телестудии. Тем не менее, учитывая, что Андрей Норкин выступает в роли коммуникативного лидера в речевой ситуации изучаемой программы, было уделено более пристальное внимание наиболее заметным чертам его речевого портрета.

Анализируя образ Андрея Норкина, мы отметили, что в целом его можно охарактеризовать как интеллигентного, в меру эмоционального мужчину средних лет, обладающего широким кругозором и общей эрудицией, логически рассуждающего и аргументировано высказывающего свою позицию по тому или иному вопросу. Однако в острые моменты дискуссии Андрей Норкин, человек с высоким уровнем коммуникативной компетентности, заметно преобращается и демонстрирует совершенно противоположные черты, такие, как вспыльчивость, некоторую долю эмоциональной агрессии по отношению к оппоненту, с чьей позицией он не согласен; надменность, редко - использование угрозы удалить оппонента из студии, крайне редко - оскорблений и в исключительных случаях - применение физической силы в качестве контраргумента.

Значительное место в дискурсе Андрея Норкина занимает пересказ, так называемых, «одесских» анекдотов, основной темой которых являются истории из бытовой жизни представителей еврейского народа:

Норкин: *Фамилия? Рабинович! Вы, что еврей? Нет, я узбек. Вы, что шутите? А вы первый начали!*

Среди других тем анекдотов, рассказываемых Андреем Норкиным, мы отметили мировую политику и сексуальные отношения между мужчиной и женщиной. Также нами было выявлено, что Норкин рассказывает анекдот в определённый момент и только в том случае, если конкретный анекдот будет уместен в данной коммуникативной ситуации.

Помимо этого, также мы отметили частое употребление Норкиным сниженной лексики, иногда даже ненормативной. В основном, он прибегает к использованию таких средств лексики в острые моменты дискуссии. Ведущий не допускает полного озвучивания обценных слов в эфире программы, ссылаясь на возможные претензии Роскомнадзора, а беззвучно проговаривает их губами:

Норкин: *Старенький дедушка уже, говорит: «Ребе! Я каждую ночь имею контакт со своей женой, там, 8 раз. Скажите, это достижение или это болезнь?» «Это, пиз**шь!» (произносится одними губами, беззвучно), - сказал Ребе (15.05.18).*

Если же говорить в целом о характеристике отличительных «штрихов» речевого портрета Андрея Норкина, то стоит отметить, что большая часть используемой им лексики соответствует нормам русского литературного языка. В речи ведущего часто повторяются слова и выражения, входящие в коммуникативные единицы, употребление которых связано с целью поддержать разговор, - это вопросы, побуждения и ответные реплики: «и что?», «ну, попробуйте!», «да, а какая разница». Очень существенную роль в «речевой партии» Норкина играют реплики, вызванные необходимостью регулировать ход дискуссии, передавать слово от одного выступающего другому и просто «утихомиривать» расшумевшихся собеседников:

«секунду», «секундочку», «сейчас» (имя и отчество), «щас» (имя и отчество), «подождите» (имя и отчество), «погодите» (имя и отчество) «стоп», «всё, всё, всё», «тихо» (имя и отчество), «тише» (имя и отчество). Часто повторяемое «тише-тише» и даже «тш-тш» отличает Норкина от многих других ведущих подобных программ.

Таким образом, мы сделали вывод, что образ Андрея Норкина обладает следующими яркими чертами – умный, начитанный, эрудированный человек, коммуникативно раскованный и обладающий неповторимыми чертами. Двойственное впечатление производит то, что он допускает употребление в своей речи сниженных лексических средств, что может оттолкнуть по-настоящему интеллигентных людей с высокой общей и речевой культурой, и в то же время такую особенность в его образе можно объяснить тем, что это реализация так называемой «игры на контрастах», что является чертой его индивидуальности как телеведущего, что вызывает позитивный отклик у постоянных зрителей программы.

Заключение. В своём исследовании мы проанализировали роль ведущих в организации общения в студии телевизионного ток-шоу на примере программы «Место встречи». В первой главе выпускной работы мы рассмотрели теоретические основы исследования: дали понятие общественно-политическому ток-шоу, перечислили его особенности, а также рассмотрели основные теоретические подходы к описанию коммуникативных тактик и стратегий. В практической части работы мы сосредоточили своё внимание на анализе роли ведущих при организации процесса общения в студии ток-шоу. Мы дали общую характеристику ток-шоу «Место встречи» и его композиционной структуре, проанализировали распределение ролей в студии изучаемой программы. Также нами, на основе классификации исследователя Л.А. Нугумановой и собственных наблюдений, были выявлены стратегии и тактики, использующиеся в речи ведущих ток-шоу:

- Стратегия «перманентного следования теме ток-шоу» (тактики «введение темы», «возвращение к теме», «завершение темы»)
- Стратегия «побуждения на откровенность» (тактики «акцентирование на вопросе», «переформулирование вопроса», «конкретизация информации», «приведение довода», «перебивание собеседника»)
- Стратегия «принцип пояснения» (тактики «учитывание настроения собеседника», «разъяснение слов собеседника», «формулирование собственной позиции»).

На основе собственных наблюдений, мы отнесли тактику «перебивание собеседника» к стратегии «организации диалога», т.к. она обычно носит в ситуации ток-шоу не деструктивный характер, а помогает удержать выступающего от уклонения от темы обсуждения, а также дать возможность высказаться другим участникам, а тактику «формулирование вывода за собеседника» к ряду тактик, реализующих стратегию сотрудничества.

Также мы выделили ряд коммуникативных приёмов, реализующих тактики. Это анонсирование, констатация, побуждение, серия риторических вопросов, утверждение, информационное сообщение, напоминание, побуждение, переадресация вопроса, повтор вопроса, уточнение содержания вопроса, уточняющий вопрос, серия вопросов, квалификация, ироническое утверждение, обвинение, предупреждение, оценка, объяснение, признание, предположение, восклицание. Причём некоторые из них соотносятся только с одной тактикой, другие же - с несколькими.

Решение основной задачи ведущих ток-шоу – организация общения в студии, позволяет сформировать индивидуальную манеру каждому из них. Мы остановились в своей работе на более подробном анализе речевых предпочтений Андрея Норкина как коммуникативного лидера. Мы выявили в речевой манере Норкина черты, напоминающие отношение старшего к младшим, учителя к ученикам. Кроме того нами было отмечена двойственность его речевого образа: стремление к формированию имиджа

интеллекта и несколько высокомерное отношение к участникам общения в студии, а также использование им сниженных лексических средств (это особенно проявляется в рассказывании им анекдотов), что наносит серьезный ущерб создаваемому образу, отталкивая наиболее образованную часть телеаудитории и привлекая людей невысокой культуры.

Подытоживая всё нами сказанное, можно сделать вывод, что роль организации общения в студии телевизионного ток-шоу чрезвычайно велика. Наши наблюдения показывают, что организация дискуссии - это чётко структурированный и последовательный процесс, который реализуется при помощи описанного набора коммуникативных стратегий, приёмов и тактик, а также связан с композицией программы и распределением ролей в её студии.