

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра общего литературоведения и журналистики

**«Роль ведущего в формировании речевой культуры аудитории**

полное наименование темы выпускной квалификационной работы в кавычках полужирным шрифтом

**развлекательной программы на примере авторского шоу**

**Анастасии Ивлеевой «Agent Шоу»»**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 5 курса 521 группы

направления 42.03.02 «Журналистика»

Института филологии и журналистики

Моцак Олеси Георгиевны

Научный руководитель

Профессор, д. филол. н., доцент

должность, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

К. М. Захаров

инициалы, фамилия

Зав. кафедрой

д. филол. н., профессор

В.В. Прозоров

Саратов  
2020

**ВВЕДЕНИЕ.** С каждым днем телевидение становится все более мощным инструментом формирования общественного мнения, а также увеличивает свое влияние в современном медиапространстве России. Фигура телеведущего играет значительную роль не только в успешности той или иной программы, но и становится для многих телезрителей своеобразным ориентиром: не секрет, что многие из нас подражают кумирам с телеэкрана. Для комплекса филологических наук вопрос исследования образа телеведущих был и по-прежнему остается **актуальным**, поскольку их речевая культура и нормы поведения тоже воспринимаются как образцовые и играют важную роль в воздействии на целевую аудиторию.

Телевизионный ведущий, по словам В. И. Карасика, является модельной личностью, то есть типичным представителем этносоциальной группы, узнаваемым по специфическим характеристикам вербального и невербального поведения и выводимой ценностной ориентации»<sup>1</sup>.

**Тема** нашей работы – «Роль телеведущего в формировании речевой культуры аудитории развлекательной программы на примере авторского шоу Анастасии Ивлеевой „Agent Шоу“».

**Цель** нашего исследования – определение роли телеведущего в процессе формирования речевой культуры аудитории развлекательной программы. Для того чтобы понять, каким образом это происходит, мы поставили следующие **задачи**:

- подробно проанализировать семантическую структуру понятия «речевая культура», изучить особенности ее формирования и факторы, на него влияющие;
- рассмотреть жанровые особенности развлекательных программ в целом и „Agent Шоу“ в частности;
- определить и понять механизмы влияния на речевую культуру телезрителей;

---

<sup>1</sup> Карасик, В. И. Языковое проявление личности : монография / В. И. Карасик – Волгоград : Парадигма, 2014. – С. 449.

– составить творческий портрет и проанализировать особенности речевого поведения Анастасии Ивлеевой, ведущей программы.

К **основным материалам** работы можно отнести выпуски программы „Agent Шоу“, они же являются **объектом** исследования, а **предметом** – речевое поведение Анастасии Ивлеевой и его влияние на аудиторию.

**Ключевые слова** нашего исследовательского интереса – «речевая культура», «телеведущий», «целевая аудитория», «коммуникация», «развлекательная программа».

Мы выделяем определенную **степень изученности** интересующей нас областей научных знаний. Необходимые сведения, относящиеся к журналистскому творчеству, которые помогут сориентироваться в системе российских СМИ, даются в учебном пособии Е.В. Черниковой «Основы творческой деятельности журналиста»<sup>2</sup>.

Об основных аспектах психологии восприятия имиджей, создаваемых в СМИ рассуждают Л. В. Матвеева, Т. Я. Аникеева, Ю. В. Мочалова в соавторском исследовании «Психология телевизионных коммуникаций». В работе приводятся примеры эффективного воздействия и характеризуются наиболее удачные образы<sup>3</sup>.

В последние годы сформировался новый тип телевещания, которое основано на взаимодействии со зрителем, на его запросах и пожеланиях. Подробный исторический обзор «телевидения взаимодействия» и анализ его функционирования представлен в учебном пособии Е. В. Подберезниковой «Телевидение взаимодействия: Интерактивное поле общения». В книге также подробно описаны формы и методы практической работы журналиста<sup>4</sup>.

---

2 Черникова, Е.В. Основы творческой деятельности журналиста: Учебное пособие / Е. В. Черникова. – М., 2005.

3 Матвеева, Л. В. Психология телевизионных коммуникаций / Л. В. Матвеева, Т. Я. Аникеева, Ю. В. Мочалова. – М., 2004.

4 Подберезникова, Е. В. Телевидение взаимодействия: Интерактивное поле общения: Учебное пособие для студентов вузов / Е. В. Подберезникова. – М., 2004.

Также в нашей работе проанализирован ряд других исследований, прямо или косвенно относящихся к рассматриваемой теме.

**СТРУКТУРА РАБОТЫ.** Наше исследование состоит из двух глав, каждая из которых включает по три параграфа.

**ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ.** Глава 1. В первой главе «Речевая культура на развлекательном телевидении» мы подробно останавливаемся на понятии «речевая культура», рассматриваем эволюцию речевой культуры телеведущих на развлекательном телевидении, постепенно переходя к анализу роли телеведущего в формировании речевой культуры аудитории развлекательных программ.

В параграфе «Понятие “Речевая культура”» мы выясняем семантические границы ключевого для нашей темы понятия. Речевая культура складывается из двух составляющих. С одной стороны, это речевая культура, сформировавшаяся в обществе, а с другой, это индивидуальные особенности речевого поведения, несущие печать личностного своеобразия. Это позволяет нам говорить о речевой культуре конкретного человека.

В понятие речевой культуры общества входит «его этническая специфика, функциональные и социальные разновидности, воплощенные в устной или письменной форме, отраженные в языке особенности картины окружающего мира, сформировавшиеся обычаи и правила поведения (в том числе использование невербальных средств), совокупность текстов на данном языке»<sup>5</sup>.

Речевая культура личности, безусловно, соотносится с тенденциями речевой культуры общества, однако приобретает какие-то специфические черты, которые особенно ярко выделяются на фоне общих норм. Таким образом, речевое поведение каждого из нас находится в «согласовании собственных речевых действий с традиционными способами употребления

---

5 Сиротина О. Б. Речевая культура // Стилистический энциклопедический словарь русского языка [Электронный ресурс]. – URL: [stylistics.academic.ru/141/](http://stylistics.academic.ru/141/). Дата обращения: 17.04.2020.

языковых средств, с тем, что предписывают словари и грамматики данного языка, и с тем, как реально используют язык в повседневном общении его современники»<sup>6</sup>.

Второй параграф «**Речевая культура и речевое поведение**» посвящен изменениям, происходящим в речевой культуре ведущих развлекательного телевидения. «Феномен современной телевизионной речи заключается по большей части в эфемерности современного практического устного слова, факты речевого поведения ведущих становятся узуальными моделями социума»<sup>7</sup>. Ответственность за содержательное наполнение и за речевую культуру несут не только ведущие, но и редакторы, продюсеры. На самом деле политика телевизионных редакций уже давно почти не имеет ничего общего с культурными ценностями и нормами, постепенно отходя от которых телевидение навязывает зрителю сомнительный культурный опыт. Яркие образы затмевают языковую составляющую, что приводит к тотальной безграмотности как ведущих, так и аудитории. Всё это говорит о нездоровом состоянии речевого пространства развлекательного телевидения, что говорит в том числе и о недостаточном внимании к речевой культуре ведущих и их недостаточной подготовке. Отметим, что подобная ситуация характерна для всех каналов без исключения.

«Телевидение сегодня кривое зеркало общества которое живет за счет него и работает на него, транслятор ценностей жизни, нравственности поведения, демонстратор идей и нескончаемая машина по формированию социальных потребностей населения»<sup>8</sup>, – пишет Д. А. Фукс в статье «Проблемное поле речевой культуры в пространстве современного развлекательного телевидения». Развлекательные программы наиболее

---

6 Крысин Л. П. Языковая норма и речевая практика [Электронный ресурс] // Отечественные записки. – 2005. – № 2 (23). – URL: [magazines.russ.ni/oz/2005/2/](http://magazines.russ.ni/oz/2005/2/). Дата обращения: 17.04.2020.

7 Фукс, Д. А. Проблемное поле речевой культуры в пространстве современного развлекательного телевидения / Д. А. Фукс // Ярославский педагогический вестник. – 2015. – № 3. – С. 378.

8 Там же. – С. 379.

активно, чем остальные жанры, влияют на формирование речевой культуры общества, так как они оперативно отвечают на запросы потребителя и обладают «специфическими особенностями по сохранению универсальных культурных кодов в отражении практических реалий, олицетворяющих современные поведенческие предпочтения через трансляцию речевого опыта самого массового феномена современной культуры»<sup>9</sup>.

Третий параграф **«Роль ведущего развлекательной программы в формировании речевой культуры аудитории»** рассказывает о том, как личность ведущего влияет на речевую культуру аудитории. В современном мире ведущий становится буквально олицетворением телепередачи, поэтому его умения держать себя в кадре, от того, насколько он владеет профессиональными навыками и компетенциями, от его имиджа, от его навыка общения со зрителями, осуществляемого посредством речи, зависит потенциальная расположенность целевой аудитории, а значит, и рейтинг программы. И если в подсознании публики остался положительный когнитивный отпечаток от восприятия передачи и от ее телеведущего, то закономерно, что человек вернется на этот канал за позитивными эмоциями. Ведущий выступает в роли коммуникатора, и от его позиции (насколько она располагает и насколько она открыта) зависит качество коммуникации «ведущий – зритель». Также огромное значение личность ведущего имеет в семантическом наполнении развлекательного просмотра. Положительный образ в сочетании с используемой лексикой формируют в сознании аудитории стабильный речевой образ, тем самым осуществляется стимуляция публики к подражанию. Зрительская аудитория представляет собой определенный социальный слой, изучая особенности словоупотребления которого можно предположить направление развития дальнейшего языкового поведения общества. Стремясь угодить потребителю, телевизионщики транслируют в массы сниженные нормы речевой культуры.

---

<sup>9</sup>Там же. – С. 379.

**Глава 2.** Во второй главе **«Влияние имиджа и речевой культуры Анастасии Ивлеевой на аудиторию “Agent Шоу”»** мы составили творческий портрет Анастасии Ивлеевой, попытались определить жанровую принадлежность ее программы, а также подробно остановились на имидже и речевом поведении ведущей.

Первый параграф **«Творческая биография Анастасии Ивлеевой»** представляет нам этапы становления ведущей, ее карьерный рост и обрисовывает образ, который Настя создает на телеэкране.

Сегодня с уверенностью можно сказать, что Анастасия, безусловно, является одной из самых востребованных и харизматичных телеведущих России. Интерес к ней не ослабевает: она востребована на многих телеканалах, гляцевые журналы предлагают ей съемки, а публика ждет новых проектов.

Второй параграф **«Жанровая специфика “Agent Шоу”»** рассказывает об авторской программе Анастасии Ивлеевой. В этой части работы мы также попытались определить, к какому же из тележурналистских жанров тяготеет шоу Ивлеевой.

Можно сказать, что «Agent Шоу» представляет собой программу смешанных жанров: частично обладает чертами ток-шоу, частично – интервью, разбавлено элементами игры (веселые испытания для гостей) и наполнено юмором. Все это привлекает широкую аудиторию к экрану, поскольку Ивлеева смогла создать контекст, позволяющий зрителям расслабиться и увидеть в звезд в ином свете.

Третий параграф **«Имидж и речевое поведение Анастасии Ивлеевой в “Agent Шоу”»** посвящен ведущей и ее роли в формировании вкусов и речевого поведения аудитории.

Результаты получились неоднозначные. В сознании телезрителя не формируется положительный образ, достойный доверия. Тогда что же так привлекает подписчиков Анастасии? Безусловно, красота, молодость и

легкий веселый характер девушки, ее способность увлечь беседой со знаменитостью. Однако нельзя отрицать, что смысловая наполненность транслируемого Анастасией оставляет желать лучшего, так же, как и сниженная речевая культура.

Она поддерживает себя в идеальной форме и умеет подать себя такой, какая есть. Ивлева – неплохой интервьюер, она без труда может придать беседе нужное ей направление. Также Насте отлично удаются импровизации. Несмотря на то, что ее имидж базируется на недостатках, а речевая культура оставляет желать лучшего, именно это и делает ее узнаваемой и неповторимой. Свидетельством ее уникальности может служить то, что ее постоянно пытаются копировать, стараются ей подражать. Не только подписчики, но и другие, менее известные, чем она, блогеры.

### **ЗАКЛЮЧЕНИЕ.**

За последние несколько лет наша страна узнала много новых имен талантливых телеведущих и блогеров. К сожалению, некоторые из них по объективным причинам решили, что их выход в эфир сам по себе является ярким доказательством их профессионализма и высокого уровня подготовленности к работе.

Подобное мнение подтверждается ошибочным представлением о профессионализме, как о банальной объективности отражения существующей реальности. Под этим многие молодые журналисты и блогеры часто представляют лишь соглашение с официальной сводкой об освещаемой ими проблеме, событии или явлении, без выражения собственной точки зрения, благодаря которой и складывается жизненная позиция, помогающая создать определенный образ.

В современной модели идеального журналиста или ведущего приобретает значение такой критерий как наличие системы нравственных убеждений. Однако на конкретном примере мы убедились, что не все



представители коммуникативного пространства нашей страны закладывают их в основу своего.

В процессе исследования мы выполнили следующие задачи:

- рассмотрели жанровые особенности развлекательных программ в целом и „Agent Шоу“ в частности;
- определили и постарались понять механизмы влияния на речевую культуру телезрителей;
- составили творческий портрет и проанализировали особенности речевого поведения Анастасии Ивлеевой, ведущей программы.

Мы пришли к следующим выводам:

1. Всё возрастающее упрощение вкусов и запросов, разговорная, а временами и ненормативная лексика, появляющаяся в развлекательных программах, – всё это результат глобального поклонения потребителю, постепенно приобретающего культовый размах. Если раньше зритель тянулся за образованным, умным, интересным телеведущим, то сегодня всё чаще кумиры публики в борьбе за внимание дают аудитории желанное шоу. Речь телеведущих сегодня не пестрит разнообразными выразительными средствами, а скорее, наполнена канцеляризмами и специальной лексикой и, кроме того, отличается сухостью.

2. Развлекательное телевидение использует расширенный арсенал возможностей, с помощью которого аудитории передается речевая культура. Публика привыкла получать сжатую информацию, но уже давно не способна сама думать и анализировать. Происходит это благодаря особенностям речевой культуры телеведущего, которая зачастую изоморфно выполняет функции культуры в целом.

3. Имидж Ивлеевой базируется на недостатках, а речевая культура оставляет желать лучшего, именно это и делает ее узнаваемой и неповторимой. Свидетельством ее уникальности может служить то, что ее постоянно пытаются копировать, стараются ей подражать.

4. Речевая культура на телевидении и роль ведущего в ее формировании у телезрителей требуют дальнейшего внимательного и вдумчивого изучения, поскольку необходимо возродить бережное отношение к родному языку, чтобы не потерять уникальный культурный и языковой код народа.



/Моцак О.Г./ 7.06.20