

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
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

**Интерактивность в телевизионных СМИ и способы её  
достижения (на материале программы «Отражение»)**

**АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ**

Студентки 4 курса 432 группы  
направления 42.03.02 – Журналистика  
Института филологии и журналистики

Гвоздюк Аллы Алексеевны

Научный руководитель:

зав. кафедрой, д.ф.н., доцент

должность, уч. степень, уч. звание

\_\_\_\_\_

подпись, дата

А. Н. Байкулова

инициалы, фамилия

Зав. кафедрой:

д.ф.н., доцент

должность, уч. степень, уч. звание

\_\_\_\_\_

подпись, дата

А. Н. Байкулова

инициалы, фамилия

Саратов 2021 год

## ВВЕДЕНИЕ

В современных СМИ увеличивается доля интерактивных жанров. На телевидении появляется всё больше программ в режиме прямого эфира: интервью, беседы, ток-шоу. Для современного телевизионного дискурса характерно проявление интерактивности как средства создания диалога с аудиторией. Интерактивным СМИ, по мнению Л. А. Кохановой и А. А. Калмыкова принадлежит особое место в современной информационной коммуникации.

Зритель в современном телевизионном дискурсе становится активным участником коммуникации. Его личностные вкусы и предпочтения вызывают значительный интерес как у ведущих и создателей передач, так и у массового зрителя, и это часто становится ядром телевизионной программы.

Исследование интерактивности в СМИ – одна из актуальных задач современной лингвистики. Эта проблема важна и для журналистики. К этой теме обращались такие исследователи, как А. А. Калмыков, М. А. Кормилицына, Л. А. Коханова, Е. Г. Ларина, О. М. Петрова, В. В. Прозоров, А. М. Шестерина и др. Однако интерактивное общение ведущих с телезрителями недостаточно исследовано с точки зрения теории позитивной коммуникации. Именно этот ракурс стал определяющим в нашем исследовании.

**Актуальность работы** определяется вниманием современной лингвистики к проблемам изучения интерактивного общения, позитивной коммуникации и позитивной личности. Результаты исследования речевого общения телеведущих со зрителями в интерактивной программе могут дополнить уже имеющиеся представления о телевизионном дискурсе и роли позитивного общения в коммуникации.

**Объектом нашего исследования** является телевизионный дискурс.

**Предмет исследования** – речь ведущих телевизионной программы «Отражение» Оксаны Галькевич и Константина Чурикова.

**Цель** исследования – изучение способов проявления интерактивности в речевом общении ведущих Оксаны Галькевич и Константина Чурикова с телезрителями.

**Задачи исследования:**

1. изучить состояние разработанности проблемы исследования;
2. определить суть используемых в работе понятий и терминов;
3. осуществить запись речи ведущих в программе «Отражение» и выполнить её расшифровку;
4. проанализировать полученные материалы;
5. рассмотреть проявление интерактивности в программе «Отражение»;
6. рассмотреть, как проявляется образ позитивной личности в работе телеведущих;
7. проанализировать речевые стратегии и тактики ведущих телевизионной программы;
8. выявить особенности проявления коммуникативной инициативы у ведущих программы «Отражение»;
9. рассмотреть речевой этикет в речи ведущих.

**Материал исследования** составляют выпуски программы «Отражение» за период с 2018 по 2021 год: всего 210 выпусков с ведущими Оксаной Галькевич и Константином Чуриковым.

**Методы исследования.** В работе применялись:

1. общенаучные методы;
2. метод систематизации и классификации;
3. методика дискурсивного анализа.

Работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованных источников, включающего 53 наименования, и приложения (расшифрованные выпуски программы «Отражение» с ведущими О. Галькевич и К. Чуриковым).

## **ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ**

## ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Первый параграф первой главы «**Роль СМИ в современном обществе**» посвящён рассмотрению понятия «средства массовой информации». Система СМИ представлена в работе Л. А. Кохановой и А. А. Калмыкова «Основы теории журналистики»<sup>1</sup>. Исследователи считают, что СМИ выполняют разные виды деятельности, такие как сбор, создание, распространение, использование массовых информационных ресурсов, а также понимание аудиторией транслируемых материалов и сведений<sup>2</sup>. Л. А. Васильева выявила основные функции СМИ: информативную, идеологическую, когнитивную, развлекательную, образовательную и рекламную<sup>3</sup>. В конце XX века появился термин «новые СМИ». Под этим термином понимается «динамичное сетевое образование, включающее в себя не только сбор, обработку и распространение информации, но и функцию удобной обратной связи между аудиторией и автором»<sup>4</sup>. Таким образом, разные исследователи отмечают, что современные СМИ используются в качестве инструмента распространения массовой культуры, имеют возможность программировать массовое сознание, считаются главным транслятором социального опыта, а также являются активным агентом приобщения индивида к обществу.

Во втором параграфе «**Телевизионный дискурс и его специфика**» был рассмотрен телевизионный дискурс и его особенности. Е. Г. Ларина говорит о том, что реальный телезритель в современном телевизионном дискурсе теперь выступает как активный участник коммуникации, а его личные вопросы, проблемы, качества и другие факторы вызывают интерес и у тележурналистов, и у зрительской аудитории, нередко составляя основу содержания

---

<sup>1</sup> Коханова, Л. А., Калмыков, А. А. Основы теории журналистики: учебное пособие / Л. А. Коханова, А. А. Калмыков. М.: ЮНИТИ-ДАНА. 2009. 523 с.

<sup>2</sup> Там же.

<sup>3</sup> Васильева, Л. В. Роль и функции СМИ в современном обществе / Л. В. Васильева // Вестник Амурского государственного университета. Серия «Гуманитарные науки». Благовещенск: АмГУ, 2010. Вып. 50. С. 109-112.

<sup>4</sup> Припоров, Е. С. Роль и влияние «Новых СМИ» в современном мире / Е. С. Припоров // Вестник ННГУ. 2014. №3. [Электронный ресурс]: [Сайт]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-i-vliyanie-novyh-smi-v-sovremennom-mire> (дата обращения: 30.03.2021). Загл. с экрана. Яз. рус.

телепередачи<sup>5</sup>. По структурно-композиционному и стилистическому признакам Е. Г. Ларина разделяет монологические и диалогические, публицистические и разговорные жанры телевизионного дискурса<sup>6</sup>. С. В. Светлана-Толстая определяет телевизионную речь как массово-коммуникативную разновидность речи, конструктивным принципом которой является слияние изображения, речи и звука при передаче информации<sup>7</sup>.

Третий параграф посвящён изучению понятия «интерактивность» и её проявлению на телевидении. М. А. Кормилицына отмечает, что интерактивность следует понимать «не просто как обратную связь с читателем, а как сознательную нацеленность на партнерские отношения с ним, демонстрацию близости, желания общаться с ним, заинтересованности в его реакции на содержание текста»<sup>8</sup>. А. М. Шестерина выделяет 3 вида интерактивности<sup>9</sup>. Первый вид – прямая интерактивность, когда аудитория в студии реагирует на реплики ведущего и героев (например, в ток-шоу и телеиграх)<sup>10</sup>. Второй вид – косвенная интерактивность<sup>11</sup>. Это письма, сообщения, внеэфирные рейтинги и опросы, мнение людей из народа, записанное заранее. Третий вид – скрытая интерактивность, которая проявляется в регулярном обращении к участникам и зрителям во время программы<sup>12</sup>.

---

<sup>5</sup> Ларина, Е. Г. Телевизионный дискурс и его жанровое разнообразие / Е. Г. Ларина // Вестник ВолГУ. Серия 2: Языкознание. 2006. №5. [Электронный ресурс]: [Сайт]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/televizionnyy-diskurs-i-ego-zhanrovoe-raznoobrazie> (дата обращения: 10.03.2021). Загл. с экрана. Яз. рус.

<sup>6</sup> Там же.

<sup>7</sup> Светлана-Толстая, С. В. Русская речь в массмедийном пространстве / Под ред. Я. Н. Засурского. М.: МедиаМир, 2007. 344 с.

<sup>8</sup> Кормилицына, М. А. Активные процессы в языке современной российской прессы / М. А. Кормилицына // Вестник ННГУ. 2011. №6-2. [Электронный ресурс]: [Сайт]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktivnye-protsessy-v-yazyke-sovremennoy-rossiyskoj-pressy> (дата обращения: 02.04.2021). Загл. с экрана. Яз. рус.

<sup>9</sup> Шестерина, А. М. Основы творческой деятельности журналиста / А. М. Шестерина. Тамбов: Изд-во ТГУ, 2005. 369 с.

<sup>10</sup> Там же.

<sup>11</sup> Там же.

<sup>12</sup> Там же.

Для того чтобы интерактивное общение со зрителем выстраивалось гармонично и эффективно, телеведущие реализуют различные способы улучшения качества общения, стремятся посредством позитивной коммуникации перейти на новый, доверительный уровень. Именно поэтому в четвертом параграфе первой главы мы обратились к теории позитивной коммуникации. О. А. Леонтович формулирует определение позитивной коммуникации, как «интеракцию, основанную на положительных эмоциях, направленную на взаимопонимание и приносящую удовлетворение всем участникам»<sup>13</sup>. Отличительными чертами позитивной коммуникации являются конструктивность, эффективность и окрашенность положительными эмоциями<sup>14</sup>. Факультативными характеристиками позитивной коммуникации считаются информативность и ассертивность<sup>15</sup>. Под ассертивностью мы понимаем самоуважение, умение выражать свои чувства и желания, при этом не игнорируя права и мнения других людей. О. А. Леонтович выделяет несколько составляющих позитивной коммуникации, которые можно назвать основными: коммуникативная инициатива, адаптация к собеседнику, социальная поддержка и конгруэнтность<sup>16</sup>. В этом мы видим и основы позитивной интерактивности. В. И. Шаховский называет позитивное общение – экологичным, то есть наполненным положительными эмоциями и такой же эмотивной лексикой<sup>17</sup>.

В пятом параграфе «**Позитивная личность и её коммуникативные особенности**» описано анкетирование, проведенное О. А. Леонтович, М. А. Гуляевой, О. В. Лунёвой и М. С. Соколовой для того, чтобы понять, какими

---

<sup>13</sup> Позитивная коммуникация: кол. монография / О. А. Леонтович, М. А. Гуляева, О. В. Лунёва, М. С. Соколова ; под общ. ред. О. А. Леонтович. М.: Гнозис, 2019. С. 32.

<sup>14</sup> Позитивная коммуникация: кол. монография / О. А. Леонтович, М. А. Гуляева, О. В. Лунёва, М. С. Соколова ; под общ. ред. О. А. Леонтович. М.: Гнозис, 2019. 296 с.

<sup>15</sup> Там же.

<sup>16</sup> Там же.

<sup>17</sup> Шаховский, В. И. Диссонанс экологичности в коммуникативном круге: человек, язык, эмоции / В. И. Шаховский. Волгоград: Изд-во ИП Поликарпов И. Л., 2016. 504 с.

особенными чертами должна обладать позитивная личность<sup>18</sup>. Исследователи выделили наиболее упоминаемые характерные черты позитивной личности, распределив их по группам: оптимистичное отношение к жизни (145 упоминаний), положительное отношение к окружающим (93 упоминания), активность (30 упоминаний), лидерские качества (14 упоминаний), неординарность (13 упоминаний), гармония с собой (12 упоминаний), интеллект (10 упоминаний) и личностные качества (45 упоминаний)<sup>19</sup>. Для журналистов и телеведущих крайне важно обладать знаниями о приёмах создания образа позитивной личности и средствах, с помощью которых коммуникация приобретает позитивные качества, т.е. становится позитивной.

Коммуникативная инициатива является обязательным элементом межличностного общения в любом дискурсе и оказывает большое влияние на характер и динамику развития общения, именно поэтому в шестом параграфе мы обратились к понятию «инициатива» и рассмотрели её место в позитивной коммуникации. К отличительным признакам коммуникативной инициативы стоит отнести динамичность, линейность, направленность на объект коммуникации, монотемность и активность субъекта во взаимодействии<sup>20</sup>. О. В. Лунёва выделяет семь основных функций коммуникативной инициативы: контактоустанавливающую, эмоционально-экспрессивную, регулятивную, информативно-ориентирующую, директивно-прескриптивную, оценочную и презентационную<sup>21</sup>. Позитивной коммуникации свойственны коммуникативное равноправие и гармоничный баланс с меной инициативных ролей. Коммуникативные стратегии, которые используются при взятии и распределении инициативы, лингвисты делят на две группы: коммуникативную кооперацию и коммуникативную конфронтацию<sup>22</sup>. Но для позитивной

---

<sup>18</sup> Позитивная коммуникация: кол. монография / О. А. Леонтович, М. А. Гуляева, О. В. Лунёва, М. С. Соколова ; под общ. ред. О. А. Леонтович. М.: Гнозис, 2019. 296 с.

<sup>19</sup> Там же.

<sup>20</sup> Позитивная коммуникация: кол. монография / О. А. Леонтович, М. А. Гуляева, О. В. Лунёва, М. С. Соколова ; под общ. ред. О. А. Леонтович. М.: Гнозис, 2019. 296 с.

<sup>21</sup> Там же.

<sup>22</sup> Там же.

коммуникации важна именно коммуникативная кооперация, которая способствует эффективному и положительному развитию диалога.

В седьмом параграфе **«Речевые стратегии и тактики телеведущих»** мы рассмотрели классификацию речевых стратегий Т. А. ван Дейка<sup>23</sup>. Нами также были изучены речевые тактики, выделенные О. С. Иссерс, например, тактика установления и поддержания контакта, эмоционально-настраивающая тактика, тактика обвинения и упрёка, тактика контроля над темой, инициативой и пониманием собеседника, тактика запроса информации и другие<sup>24</sup>.

В восьмом параграфе **«Роль этикета в речи журналистов»** мы рассмотрели понятие «речевой этикет». Типичными для речевого этикета ситуациями считают: выбор формы обращения «ты» или «Вы»; приветствие, в которое вкрапляются осведомления и пожелания; прощание как размыкание контакта; извинения, благодарности, поздравления и пожелания используются для сохранения позитивного характера общения и поддержания социального равновесия<sup>25</sup>. Для достижения коммуникативных целей и поднятия настроения собеседника применяются комплименты и одобрения. Сочувствие и соболезнование в речевом этикете помогают проявить понимание и эмпатию, образовать единство с собеседником.

## **ГЛАВА 2 РЕЧЕВОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ВЕДУЩИХ ПРОГРАММЫ «ОТРАЖЕНИЕ» И ТЕЛЕЗРИТЕЛЕЙ С ПОЗИЦИИ ТЕОРИИ ПОЗИТИВНОЙ КОММУНИКАЦИИ**

Первый параграф второй главы **«Программа “Отражение” и её ведущие»** содержит описание программы «Отражение», которая выходит на телеканале ОТР в прямом эфире с понедельника по пятницу два раза в день (с 12:10 до 15:00 и с 20:05 до 22:05 по московскому времени) и служит примером

---

<sup>23</sup> Ван Дейк, Т. А. Язык, познание, коммуникация / Т. А. ван Дейк. Благовещенск: БГК им. И. А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. 308 с.

<sup>24</sup> Иссерс, О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. – 5-е изд. М.: Издательство ЛКИ, 2008. 288 с.

<sup>25</sup> Формановская, Н. И. Речевое взаимодействие: коммуникация и прагматика / Н. И. Формановская. М.: Издательство «ИКАР», 2007. 480 с.



проявления интерактивности на телевидении. Особенность передачи в том, что события, получившие резонанс, обсуждаются онлайн. Гостями студии информационной программы становятся политики, экономисты, общественные деятели, а также специалисты узких направлений. Зрители могут связаться с ведущими программы по телефону, sms-сообщению, в Skype и по электронной почте. Мы выяснили, что бегущая строка также является формой интерактивной связи с телезрителями. На ней во время выпуска отображаются sms-сообщения зрителей, к которым ведущие обращаются в течение программы. Важную роль в изучении общественного мнения и взглядов аудитории программы «Отражение» играют sms-опросы, которые проводят ведущие в каждом выпуске. По данным телеканала ОТР, в день на телефонный номер программы «Отражение» поступает более шестидесяти тысяч звонков от зрителей (данные за 2020 г.). Это говорит о заинтересованности телезрителей России в тематике передач.

Ведущие программы «Отражение» работают в эфире парами. Наше исследование основано на материале речи телеведущих Оксаны Галькевич и Константина Чурикова. Они работают в программе «Отражение» со дня её основания. Наблюдения показывают, что характер и манера общения у них не одинаковы. Помимо работы в эфире, ведущие поддерживают контакт со зрителями через разделы «Вопросы ведущим» и «Написать нам» на официальном сайте «Отражение».

Анализ программы позволил выявить интерактивные ресурсы, предложенные В.В. Прозоровым применительно к художественному тексту, но важные и для медийного дискурса. Это *внимание, соучастие и открытие*. *Внимание* проявляется как в деятельности ведущих, которые стараются заинтересовать зрителя (*Как вы думаете / уважаемая наша аудитория*), так и в речевых сигналах самих зрителей, которые вовлечены в действие программы (*Я слушаю вас каждый день // Вы взяли интересную тему //*). Зрительское соучастие выражается через сочувствие другим зрителям и личные размышления по поводу темы эфира (ТЗ. *Мне так жаль мужчину /*

который звонил ранее // Мой сын был также обманут //). В конечном итоге зрители приходят к *открытию*, т.к. ведущие подбирают значимые и актуальные темы для программы, а эксперты с практической точки зрения разъясняют суть проблем и указывают возможный выход из сложившейся ситуации (ТЗ. *Я поняла / что мне теперь делать*).

Во втором параграфе «**Портрет позитивной личности на примере ведущих программы “Отражение”**» проанализированы образы позитивных личностей О. Галькевич и К. Чурикова. Ведущие выстраивают позитивный диалог как между собой, так и со зрителями. На протяжении передачи ведущие одаривают друг друга комплиментами (Чуриков. *Ты вообще молодая девчонка; Галькевич. А Константин у нас во всём разбирается / и спортсмен / и рыболов //*), используют положительную оценочную лексику (*Все будет хорошо*), пословицы (*То есть, как говорится, не попробуешь – не узнаешь*) и частушки (Чуриков. *Я по этому поводу вспомнил частушку грустную: «Привезли в село клеенку, Синюю в горошину. Уходи-ка все плохое, Приходи хорошее»*).

Большую роль играет чувство юмора у ведущих: оно упрощает общение и нередко снижает градус напряжения, который возникает при обсуждении больных для населения России тем. Ведущие используют каламбуры, прецедентные тексты, шутки, иронию и самоиронию. Доброжелательную обстановку в студии О. Галькевич и К. Чуриков создают с помощью положительных оценочных наречий (*Я за то, чтобы все жили хорошо; Это важно*). Для того чтобы ободрить зрителя, ведущие применяют императивы со значением «эмоциональное состояние человека» (*Вы не переживайте раньше времени; Можем вас успокоить*) и глаголы некатегоричной модальности (*Давайте вы оставите свои координаты нашим редакторам*). Ведущие внимательно относятся к проблемам зрителей, именно поэтому используют стереотипные пожелания здоровья (*Пусть поправляется ваша дочка*), а для проявления своего отношения к трудной ситуации звонящего употребляют слова с эмоционально-экспрессивной окраской (*Катастрофа!*).

Важными чертами позитивной личности являются вежливость и тактичность. Ведущие осторожно задают телезрителям вопросы, используя синтаксические модели, служащие для выражения вежливой просьбы: *Олег, а расскажите, пожалуйста*. О. Галькевич и К. Чуриков нередко делают акцент на взаимосвязи со зрителем, используя местоимения *мы все*, обращение *друзья* и глаголы 2 лица множественного числа со значением совместного действия. Положительные отзывы телезрителей подтверждают, что манера поведения ведущих их привлекает, доставляет им удовольствие, а значит, коммуникация складывается удачно.

В третьем параграфе «**Стратегии и тактики ведущих в общении со зрителями**» было установлено, что ведущие в общении с телезрителями используют открытую диалогическую стратегию. Стратегия открытого общения нацелена на откровенное выражение собственной точки зрения и, вместе с тем, готовность учитывать позицию собеседника. Данная стратегия выражается в речи ведущих с помощью тактики установления контакта (Галькевич. *Давайте выслушаем Алексея из Воронежской области // Алексей / здравствуйте //*). Для уточнения важных деталей и подробностей ведущие часто прибегают к информационной стратегии, которая реализуется с помощью вопросительной тактики (Чуриков. *Виктория / расскажите / пожалуйста / о вашем вредном производстве в двух словах // Что вы для Родины делали?*).

Для эффективного общения и его дальнейшего развития ведущие используют гармонизирующую стратегию и относящиеся к ней тактики благодарности и пожелания (Чуриков. *Спасибо вам / Людмила / за звонок // Дай бог вам здоровья //*), а также применяют комплименты. Ведущим важно расположить к себе зрителя, в этом им помогает модальная стратегия и тактики согласия с мнением звонящего и его точкой зрения (ТЗ. *Вы знаете / дело в том / что наукой могут заниматься не все //* – Галькевич. *Да / абсолютно очевидно //*). Ирония и юмор помогают облегчить диалог и сделать программу интересной (Чуриков. *Все понятно // Соцпакета у Константина нет / но есть стеклопакет / который он устанавливает //* – Галькевич. *Который деньги*

*приносит //*). Модальная тактика применяется в том случае, если нужно подтвердить типичность ситуации, рассказанной зрителем.

Регулятивная стратегия и тактика приближения или возвращения к обсуждаемой теме используется в тот момент, когда зритель начинает отдаляться от темы и сути проблемы (Чуриков. *Андрей / давайте ближе к теме / времени не так много осталось //*). Тактика исправления чуть реже применяется ведущими, но помогает избежать ошибок в речи зрителей, которые они могут допускать из-за помех на линии связи (ТЗ. *Я хотел бы обратиться к Илье Кричевскому //* – Чуриков. *К Никите //*). Для завершения разговора со зрителями О. Галькевич и К. Чуриков употребляют тактику размыкания контакта (ТЗ. *А у нас / по-моему / только одно вранье идет / больше ничего //* – Чуриков. *Спасибо //* *Это Игорь из Тулы //*).

Таким образом, выявлено, что ведущие избегают стратегий и тактик конфронтационного общения, а наоборот, идут навстречу зрителю, стараются его выслушать и понять.

В четвёртом параграфе «**Проявление коммуникативной инициативы у ведущих**» показано, что при взятии и распределении инициативы ведущие используют стратегию кооперативного общения и прибегают к тактикам благодарности, поощрения, поддержки, сочувствия, пожелания, заинтересованности, смягчения, запроса информации и многих других. Удержание инициативы происходит за счёт тактик повтора вопроса, уточнения и дополнения, а перехват инициативы реализуется с помощью тактик подхвата и развития темы, обращения к примерам и согласия со зрителем. О. Галькевич и К. Чуриков применяют базовые функции коммуникативной инициативы. Контактостанавливающая функция осуществляется с помощью комплиментов (*активный зритель*), уточняющих вопросов (*А почему / Анна?*), подстраивания под зрителя через согласие с его высказыванием.

Эмоционально-экспрессивная функция включает в себя эмоциональную реакцию ведущих на проблемы телезрителей (*О Господи; чудовищная история*), тем самым выражается равнодушное отношение О. Галькевич и К.

Чурикова к историям зрителей. Информативно-ориентирующая функция коммуникативной инициативы реализуется через наводящие вопросы ведущих (*Так / а на что / ради чего они взяли у вас эту сумму в 300 тысяч?*). Регулятивная функция помогает контролировать развитие темы, а директивно-прескриптивная применяется в том случае, если зритель ждёт от ведущих совета. Оценочная функция используется в ситуации, когда ведущие хотят отметить какое-либо событие, действие или личностные качества зрителя (*Радикальный экономист Павел / это наш зритель был*). Но стоит отметить, что к базовым функциям коммуникативной инициативы также относится презентационная функция, которая никак не выражается у О. Галькевич и К. Чурикова, т.к. они не ставят перед собой задачу презентовать себя или обратить всё внимание аудитории на себя при рассмотрении проблемы.

В пятом параграфе второй главы **«Роль речевого этикета в осуществлении интерактивности»** был изучен этикет в речи ведущих. Выявлено, что **контактоустанавливающая** функция речевого этикета помогает ведущим включиться в речевое взаимодействие с телезрителем. Ведущие используют универсальные формулы приветствия со зрителем (*Здравствуйте; Добрый день; Добрый вечер*), которые являются стилистически нейтральными. При размыкании контакта обычно применяются этикетные формулы благодарности (*Спасибо большое за звонок*), а в качестве комплимента и одобрения ведущие наиболее часто используют слово-штамп *молодец*. Было отмечено, что ведущие не прибегают к универсальным формулам прощания *до свидания* или *всего доброго*, чтобы завершить общение со зрителем, т.к. телеведущие готовы ещё раз выслушать того же самого телезрителя, если у него остались примеры или волнующие вопросы по заданной теме.

Если зрителям требуется психологическая поддержка, ведущие используют этикетные формулы сочувствия и соболезнования (*Разрешите выразить вам наши соболезнования*). При неправильном объявлении имени зрителя или его местоположения, ведущие используют этикетные формулы

извинения (*Просим прощения; Извините*). Кроме того, по отношению к зрителям всегда используется уважительное вы-общение.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Проведённое исследование позволило нам изучить речевое общение ведущих телевизионной программы «Отражение» Оксаны Галькевич и Константина Чурикова с телезрителями. В первой главе были рассмотрены и проанализированы труды отечественных и зарубежных исследователей: Т. А. ванн Дейка, М. А. Зейтунян, О. С. Иссерс, М. Н. Кима, М. А. Кормилицыной, Е. Г. Лариной, О. А. Леонтович, С. В. Светаны-Толстой, Н. И. Формановской, А. М. Шестериной и др.

В теоретической части исследования были рассмотрены следующие понятия и термины: *средства массовой информации, телевизионный дискурс, интерактивность, позитивная коммуникация, эмотивная лингвоэкология, позитивная личность, коммуникативная инициатива, речевые стратегии и тактики, речевой этикет.*

В практической части работы было проведено исследование интерактивности в речевом общении ведущих Оксаны Галькевич и Константина Чурикова с телезрителями. Материал показал, что общение ведущих и зрителей происходит в прямом эфире интерактивной программы «Отражение», что позволяет быстро получить ответ на вопрос и выслушать мнение аудитории. Зрители могут связаться с ведущими программы по телефону, sms-сообщению, в Skype и по электронной почте.

Благодаря рассмотрению стратегий и тактик ведущих в общении со зрителями, мы выяснили, что ведущие используют стратегию открытого диалогического общения, которая позволяет коммуникантам занимать роль партнёров и строить гармоничные отношения по ходу программы. В диалогическом общении собеседники готовы к тому, чтобы совместными усилиями решать проблемы, обсуждать волнующие ситуации и учитывать чужую точку зрения, при этом имея право на собственное мнение.

Стратегия диалогического открытого общения выражается в речи ведущих с помощью тактики установления контакта. Для уточнения важных деталей и подробностей ведущие часто прибегают к информационной стратегии, которая реализуется с помощью вопросительной тактики. Для эффективного общения и его дальнейшего развития ведущие используют гармонизирующую стратегию и относящиеся к ней тактики благодарности и пожелания, а также применяют комплименты. Ведущим важно расположить к себе зрителя, в этом им помогает модальная стратегия и тактики согласия с мнением звонящего и его точкой зрения. Ирония и юмор помогают облегчить диалог и сделать программу интересной. Модальная тактика применяется в том случае, если нужно подтвердить типичность ситуации, рассказанной зрителем.

Регулятивная стратегия и тактика приближения или возвращения к обсуждаемой теме используется в тот момент, когда зритель начинает отдаляться от темы и сути проблемы. Тактика исправления чуть реже применяется ведущими, но помогает избежать ошибок в речи зрителей, которые они могут допускать из-за помех на линии связи. Для завершения разговора со зрителями О. Галькевич и К. Чуриков употребляют тактику размыкания контакта.

Материал позволил нам выявить различные лингвистические средства, которые применяют ведущие, чтобы добиться повышения эффективности коммуникации и реализовать себя в образе позитивных личностей. О. Галькевич и К. Чуриков создают дружескую обстановку как между собой, так и со зрителями, используя комплименты, слова с положительной оценкой, частушки и пословицы. Доброжелательная атмосфера в студии поддерживается с помощью положительно окрашенных оценочных наречий, тактики выражения единения со зрителями, где используются глаголы 2 лица множественного числа со значением совместного действия вместе с оценочным наречием.

Для того чтобы выразить поддержку зрителям, оказавшимся в трудной ситуации, О. Галькевич и К. Чуриков употребляют императивы со значением

«эмоциональное состояние человека», глаголы некатегоричной модальности, стереотипные пожелания здоровья и слова с эмоционально-экспрессивной окраской. Юмор снижает градус напряжения в ситуациях обсуждения проблемных тем и упрощает общение, поэтому ведущие используют каламбуры и прецедентные тексты.

Были выявлено, что О. Галькевич и К. Чуриков при взятии и распределении инициативы используют стратегию кооперативного общения и прибегают к тактикам благодарности, поощрения, поддержки, сочувствия, пожелания, заинтересованности, смягчения, запроса информации и многих других. Удержание инициативы происходит за счёт тактик повтора вопроса, уточнения и дополнения, а перехват инициативы реализуется с помощью тактик подхвата и развития темы, обращения к примерам и согласия со зрителем. Ведущими применяются базовые функции коммуникативной инициативы, такие как контактоустанавливающая, эмоционально-экспрессивная, информативно-ориентирующая, регулятивная, директивно-прескриптивная и оценочная функции. Однако к базовым функциям коммуникативной инициативы также относится презентационная функция, которая никак не выражается у О. Галькевич и К. Чурикова, т.к. они не ставят перед собой задачу обратить всё внимание аудитории на себя при рассмотрении проблемы.

Мы рассмотрели речевой этикет в речи ведущих О. Галькевич и К. Чурикова и установили, что ведущие используют универсальные формулы приветствия со зрителем, которые являются стилистически нейтральными. При размыкании контакта обычно применяются этикетные формулы благодарности, а в качестве комплимента и одобрения ведущие наиболее часто используют слово-штамп *молодец*. Ведущие также применяют этикетные формулы сочувствия и соболезнования, а при неправильном объявлении имени зрителя или его местоположения, ведущие используют этикетные формулы извинения.

Материал показал, что тележурналисты при правильном использовании стратегий и тактик открытого диалогического общения, образа позитивной



личности, кооперативной стратегии взятия и распределения инициативы, а также соблюдения речевого этикета могут выстраивать уважительные и доверительные отношения с аудиторией. К сожалению, мы редко встречаем такие примеры общения в современном телевизионном дискурсе, т.к. многие телешоу ориентированы на скандалы, разоблачения, агрессию и ложные сенсации.