

Министерство образования и науки Российской Федерации

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра теории, истории языка и прикладной лингвистики

**Особенности формата интернет-шоу «А поговорить?» и анализ речевого  
поведения ведущей Ирины Шихман**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 5 курса 521 группы

направления 42.03.02. «Журналистика»

Института Филологии и Журналистики

Булаховой Анастасии Романовны

Научный руководитель

К.ф.н., доцент

Т.Н. Медведева

Зав. кафедрой

Д.ф.н., профессор

О.Ю. Крючкова

Саратов 2022

## **Введение.**

**Цель настоящей бакалаврской работы** – исследовать речевой портрет современной российской журналистки Ирины Шихман на материале выпусков ее авторского интернет-шоу «А поговорить?» и журналистских расследований.

**Задачи**, которые включает в себя выпускная квалификационная работа:

1. Проанализировать интервью как жанр;
2. Выявить особенности и виды интервью в интернет-пространстве;
3. Изучить поведение ведущей программы Ирины Шихман;
4. Провести анализ используемых языковых средств на примере нескольких интервью и журналистских расследований.

**Актуальность** темы, во-первых, состоит в том, что интервью является одним из самых популярных жанров в журналистике. Во-вторых, это один из самых распространенных методов получения сведений, и журналисты все больше обращаются в своем творчестве к методу интервью. Кроме того, проблема интервьюирования, диалогизации нуждается в постоянной разработке, т.к. знания по этой теме необходимы журналистам-практикам.

**Объектом исследования** выпускной квалификационной работы является интернет-программа на платформе YouTube «А поговорить?» с Ириной Шихман. **Предмет исследования** – особенности интервью и журналистского расследования в интернет-пространстве на примере программы «А поговорить?». **Основной метод исследования** – описательный метод, включающий в себя наблюдение, сопоставление, интерпретацию и обобщение полученных данных.

**Материал** работы составляют 6 выпусков программы 2018-2022 годов общей продолжительностью 5 часов 36 минут:

1. «Андрей Курпатов. Гаджеты делают нас глупее, несчастнее и гробят наших детей?» от 16 сентября 2020 года (длительность 1 час 6 минут),
2. «Птаха: на мне все 7 смертных грехов» от 1 марта 2018 года (длительность 46 минут),

3. «Татьяна Васильева: лысина, роли через постель, слабые мужчины, бедный Вайнштейн» от 30 января 2022 года (длительность 1 час 33 минуты),
4. «Дерзкий побег из СССР. Три дня один в океане среди акул» от 9 февраля 2022 (длительность 23 минуты),
5. «Сталин «украл» Рождество? Почему наш новый год именно такой?» от 26 декабря 2021 (длительность 24 минуты),
6. «Юлия Меншова о смерти папы, вакцинации, увольнении с телевидения и «неправильном» феминизме» от 12 сентября 2021 года (длительность 1 час 24 минуты).

**Методы исследования** – теоретические: критический анализ, сравнение и сопоставление; эмпирические: сплошная выборка, анализ содержания и контекста.

**Структура исследовательской работы:** введение, теоретическая глава, практическая главы, заключение, библиографический список, приложения.

В **Главе 1** мы классифицировали интервью в зависимости от поставленных целей на информационные, аналитические, оперативные, блиц-опросы, интервью-расследования, портретные.

Вопросы, задаваемые интервьюером, бывают следующих типов: вводный, уточняющий, развивающий, проясняющий, конкретизирующий, прямой, косвенный, структурирующий, молчание, контрольный, уличающий. Согласно другим классификациям, выделяются вопросы вступительные, информационные, контрольные, вопросы для ориентации, подтверждающие, ознакомительные, встречные, альтернативные.

При исследовании типов речевого поведения нами была выбрана статья И.Г. Родченко, о том, как своеобразие личности может проявляться в речи. В теории исследовательницы присутствует деление личностей на 4 группы:

«**Системщики**» отличаются объективным мнением; не принятием импульсивных чувств; речь сухая, без фразеологизмов, сарказма, иронии,

различных эпитетов; диалог строится по намеченному маршруту, тщательно подготовлен.

«**Мыслителям**» присуща погружённость в собственные мысли, жестикующая руками, эмоционально громкая или еле слышная речь, отход от темы.

«**Поэты**» обладают большим словарным запасом, контакт с аудиторией, чего нельзя сказать о «Мыслителях». Зачастую их речь так же красива, как и внешность. Слабое место- вычисления, графики, анализ.

«**Вожди**» – это некие лидеры среди всех типов личности, способные вести за собой толпу. Если тема близка, то ораторские способности проявляются в полной мере.

Автор отмечает, что один человек может совмещать в себе несколько типов речевого поведения.

Существует несколько коммуникативно-этических проблем: эпатаж, скандальность, агрессия, формулировка мысли. С течением времени наблюдается тенденция к отходу от этических принципов.

При создании интервью используются лексико-стилистические средства языка. Слова необходимо использовать в соответствии с их семантикой для того, чтобы до аудитории дошла точность мысли. За эту функцию как раз отвечают синонимы – быть средством наиболее точного выражения мысли.

Стилистическая характеристика слов определяется тем, как оно воспринимается говорящими. Фразеологическая стилистика, в свою очередь, изучает восприятие устойчивых языковых единиц. В современном мире, в связи с развитием социально-политических отношений, в нашу речь всё чаще приходят заимствования.

В речи постоянно сосуществуют две противоположные тенденции: огрубление и эвфемизация. Эвфемизация возникает в случаях, когда необходимо сгладить какую-то информацию или же присутствует

определенная цензура, причин может быть много в зависимости от ситуации и темы высказывания.

Лексико-семантическая группа представляет собой объединение слов, члены которого имеют один грамматический статус и однородность смысловой близости по синонимическому типу. Лексико-семантическое поле отражает группу языковых единиц, которые объединены содержанием и отражают сходство по понятиям, предметам или функциям для обозначаемых явлений.

Прецедентные тексты – это тексты, известные широкому кругу носителей языка. Цитирование тех или иных прецедентных текстов является важным показателем общей и речевой культуры человека.

В **Главе 2** мы выявили основные преимущества ведущей. Им является навык сближения с аудиторией. Оно достигается с помощью следующих приемов:

- продуманное использование разговорных слов и словосочетаний, жаргонизмов, заимствованных слов;
- риторические вопросы, обращенные к зрителю;
- упоминание прецедентных текстов.

Динамика в выпусках проявляется в смене локации: перемещении в дом героя или памятное для него место. Важное значение имеют различные вставки в журналистских расследованиях, например, изображение схемы корабля, портрета и цитаты на фоне главного героя. В интервью используют архивные видео для более полного погружения в обстановку темы. Важно отметить начала выпусков, где Ирина Шихман не представляет героев, не говорит тезисно о журналистском расследовании, а начинает сразу с вопросов.

Целостность журналистских расследований проявляется в использовании лексико-семантических групп. Ведущая делает акцент на определённой тематике и даже прибегает к профессиональной лексике. Это погружает зрителя в атмосферу истории.

Мы провели статистику задаваемых вопросов по двум различным классификациям и пришли к следующим выводам:

- самым частым видом является уточняющий вопрос;
- вводный вопрос используется единожды в начале интервью;
- информационный вопрос задавался 11 раз;
- вступительный вопрос всего один, задавался в начале интервью.

Уточняющие вопросы присутствуют так часто для того, чтобы избежать недопонимания в ходе интервью и дезинформации зрителя. А также для того, чтобы сделать акцент на определённой теме или эмоции. Если рассмотреть вступительный и вводный вопрос, то понятно, что программа построена последовательно и не делится на части, беседа протекает целостно, плавно сменяя тему за темой.

На основе анализа мы выявили, что ведущая сочетает в себе отношение к категориям «**Вожди**» и «**Поэты**» по классификации И.Г. Родченко. У Ирины Шихман проявляется причастность к «**Вождам**» в поднятии «громких» актуальных тем, но легко теряется, если направление диалога ей не близко. Категория «**Поэты**» соответствует ведущей по следующим признакам: опрятный внешний вид, открытость, готовность к непринуждённому диалогу, легкая улыбка, а также применение метафор, сравнений, эпитетов для точного описания чувств или деталей событий. Но она хорошо работает с информацией в жёстких рамках. Подтверждение тому – всегда хорошо изученный гость и его биография, а также избегание нецензурной лексики.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Подводя итоги нашей работы, отметим важность изучаемой проблемы, а именно – проблемы интервьюирования и диалогизации. Новым членам профессии журналист необходим кейс, с помощью которого они смогут найти подход к любому человеку, удержать внимание аудитории и доносить информацию в виде целостного продукта.

Нами была проделана работа по изучению интернет-контента программы «А поговорить?» на платформе YouTube. Главной целью работы было выявление особенностей интервью и журналистского расследования. Для этого мы провели анализ интервью как жанра, определили особенности и виды в интернет-пространстве, описали языковые средства, охарактеризовали программу «А поговорить?», изучили поведение ведущей Ирины Шихман на примере вербальных и невербальных средств, а также описали используемые языковые средства на примере нескольких интервью и журналистских расследований.

Программа существует с 2017 года и прошла большой путь от массового до элитарного продукта. Мы выявили, что изначально в качестве гостя приглашали «громких» личностей, но в отдельных случаях интервью выходили неудачными. Ирина Шихман раскрывается в качестве интервьюера только рядом с интересными личностями или же представителями выдающейся профессии. Таким образом, гостями программы стали неизвестные личности для большей части аудитории YouTube. Это оказало отрицательное влияние на статистику, зато повысило профессионализм и уровень канала. Узкий круг понимающей аудитории остался преданным Ирине Шихман и программе «А поговорить?». Зрителям, жаждущим скандалов и сплетен, стоит поискать другой источник.

Подводя итог нашему анализу, можно отметить несколько важных нюансов в развитии интервью. Среди них – очевидное повышение роли журналиста, задачи которого за последнее время принципиально изменились и все более выходят за рамки классического «информационного» интервью. Отныне он не является инструментом получения от собеседника необходимой информации, а играет гораздо более активную роль, презентуя свое личное мнение, организуя полемику и диалог, в определенной степени провоцируя своего гостя. Журналистское интервью, с которым мы хорошо знакомы, постепенно превращается в интервью-шоу, в нем содержится немало развлекательных начал, которые, собственно говоря, и привлекают зрителя.

Важно отметить стремление журналистов «сохранять интонации» героев, максимально точно передавать прямую речь. В современных интервью героями могут выступать любые лица, которые представляют интерес для аудитории, однако чаще всего выбор связан с актуальными событиями, происходящими в мире и в стране как в сфере политики, так и в культурной жизни. Острота публичных высказываний интервьюируемого, их заведомая неоднозначность и полемичность тоже имеют большое значение.

Образ Шихман можно описать как сдержанный, как во внешнем виде, жестикуляции, так и в высказываниях. Во время диалога с гостем отсутствует эпатаж.

Выпуски относятся к портретному интервью, формат креативного интервью. Шихман вовлечена в проблемы и мысли гостя, также подключает аудиторию в беседу.

Ведущая постоянно стремится поднимать острые социальные темы. Приглашённый гость обычно имеет опыт, связанный с домашним насилием, харассментом, феминизмом. На примере жизненного опыта своих гостей Ирина демонстрирует важность выбранных тем.

Журналистский принцип – поиск правды – располагает героя и аудиторию, ведь Ирина не давит на гостя, не навязывают зрителю своё мнение.

Сформулируем **стратегии**, которые помогают Шихман заинтересовать аудиторию и расположить гостя:

- воспроизведение целостного образа героя через построение диалога по принципу «прошлое-настоящее»;

- уважение к собеседнику, сочетающееся с неформальным общением, расслабленной открытой позой;

- применение интерспективных вопросов, которые вызывают эмоции у героя;

- умеренная мягкая жестикуляция;

- упоминание прецедентных текстов.

## Список литературы

1. А поговорить? [Электронный ресурс] URL: <https://www.youtube.com/watch?v=7qWGDB7DvU0&list=..> (дата обращения 27.05.2021)
2. Антонова Л.Г. Стратегии самопрезентации языковой личности блогера // Верхневолжский филологический вестник. – 2015. – №2. – С. 89–93.
3. Баженова, Е.А. Блог как интернет-жанр // Вестник Пермского ун-та. Российская и зарубежная филология. – 2012. Вып. 4(20). – С. 125–131.
4. Бейненсон В.А. Развитие журналистских жанров и форматов в видеоблогах // Век информации. – 2019. – № 1. – С. 82–93.
5. Белинский В.Г. Язык как орудие мышления. – М., 1840.
6. Бердышева Н.Ю. Интервью как творческий метод ведения популярного видеоблога // Век информации. Медиа в современном мире. – СПб, 2018.
7. Бородянская Е.А. Использование тропов для речевого воздействия информационный программам современного телевидения. [Электронный ресурс] URL: <https://www.gramota.net/materials/2/2019/4/48.html>
8. Васильева Т. Лысина, роли через постель, слабые мужчины, бедный Вайштейн. // А поговорить? 2022. [Электронный ресурс] URL: <https://youtu.be/112tT9ilv7o> (дата обращения 17.02.2022)
9. Васильченко К.Е. Жанр портретного интервью: возможности дифференциального подхода // Студент и научно-технический прогресс. – М., 2019.
10. Винокур Т.Г. Говорящий и слушающий. Варианты речевого поведения. – М., 1993.
11. Витвинчук В.В. Трансформация жанра интервью в современном медиaprостранстве: медийный хронотоп и коммуникативные тактики // Вопросы журналистики. – 2018. – № 4. – С. 73-80.

12. *Голанова Е.И.* Публичный диалог вчера и сегодня (коммуникативно-речевая эволюция жанра интервью // Русский язык сегодня. – М, 2000.
13. *Голуб И.Б.* Стилистика русского языка: Учеб. Пособие. – М., 2001.
14. *Гольдин В.Е., Сиротинина О.Б., Ягубова М.А.* Русский язык и культура речи: Учебник для студентов-нефилологов. – М., 2003.
15. *Грайс Г.* Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. – М., 1985. – Вып. 16.
16. *Дацюк С.А.* Коммуникационные стратегии. [Электронный ресурс] URL: <https://gtmarket.ru/laboratory/expertize/2006/2751> (дата обращения: 12.04.2020)
17. Дерзкий побег из СССР. Три дня один в океане среди акул // А поговорить? 2022. [Электронный ресурс] URL: [https://youtu.be/ec01Yn\\_NB4M](https://youtu.be/ec01Yn_NB4M) (дата обращения 05.03.2022)
18. *Дятлова А.Е.* Речевой портрет журналиста сетевых медиа. [Электронный ресурс] URL: [https://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov\\_2018/data/13260/72250\\_uid244658\\_report.pdf](https://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2018/data/13260/72250_uid244658_report.pdf) (дата обращения: 25.04.2020)
19. Иди конкурируй с Дудем. Как Ирине Шихман удалось создать востребованное политическое шоу на ютьюб-канале правительства Москвы. [Электронный ресурс] URL: [https://meduza.io/feature/2019/10/07/idi-konkuriruy-s-.](https://meduza.io/feature/2019/10/07/idi-konkuriruy-s-) (дата обращения: 22.05.2021)
20. *Клюев Е.В.* Речевая коммуникация: успешность речевого взаимодействия: учеб. пособие. – М., 2002.
21. *Кожина М.Н., Дускаева Л.Р., Салимовский В.А.* Стилистика русского языка. – М., 2008.
22. *Кормилицына М.А., Сиротинина О.Б.* Речевой этикет в СМИ как фактор влияния на речевую культуру российского общества // Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». [Электронный ресурс]. 2015. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rechevoy-etiket-v-smi-kak-faktor-vliyaniya-na-rechevuyu-kulturu-rossiyskogo-obschestva>

23. *Крысин Л. П.* О речевом поведении человека в малых социальных общностях (постановка вопроса) // *Язык и личность* / Отв. ред. Д. Н. Шмелев. – М., 1989.
24. *Курпатов А.* Гаджеты делают нас глупее, несчастнее и гробят наших детей? // *А поговорить?* 2020. [Электронный ресурс] URL: <https://youtu.be/bMIE8mfzJ0Y> (дата обращения 17.12.2021)
25. *Лазутина Г.В.* Основы творческой деятельности журналиста. – М., 2004.
26. *Леонтьев В.В.* Понятие невежливости и грубости в современной лингвистике // *Экология языка и коммуникативная практика.* – 2013. – № 1. – С. 142-152.
27. *Лукина М.М.* Технология интервью. – М., 2003.
28. *Мельник Г.С.* Общение в журналистике: секреты мастерства. – СПб, 2008.
29. *Меньшова Ю.* О смерти папы, вакцинации, увольнении с телевидения и «неправильном» феминизме // *А поговорить?* 2021. [Электронный ресурс] URL: <https://youtu.be/VM1lmGsrvn0> (дата обращения 29.03.2022)
30. *Милёхина Т.А.* Неполитический дискурс в политических ток-шоу // *Медиалингвистика.* – 2016. – № 4. – С. 103-114.
31. *Москвин В.П.* Эвфемизмы в лексической системе современного русского языка. – М., 2010.
32. *Муравьева Н.В.* Коммуникативные стратегии журналиста: что такое "непонятный" текст, и как его сделать "понятным". – М., 1998.
33. *Новикова Н.В.* Культура использования заимствованных слов в функциональных разновидностях языка // *Культура русской речи и эффективность общения.* – М., 1996.
34. *Пауль Г.* Принципы истории языка. – М., 1961.
35. *Пекарская И.В., Шпомер Е.А.* Речевая агрессия как нарушение лингвоэкологических норм в масс-медийном пространстве современного

политического дискурса // Экология языка и коммуникативная практика. – 2016. – № 1. – С. 120-140.

36. *Прозоров В.В.* Власть и свобода журналистики. – М.: Флинта–«Наука», 2005.

37. *Прозоров В.В.* Две стратегии речевого поведения: спор и взаимный поиск согласия // Жанры речи. – 2015. – № 1 (11).

38. *Птаха.* На мне все семь смертных грехов. // А поговорить? 2018. [Электронный ресурс] URL: <https://youtu.be/ITUg1q6xMPg> (дата обращения 15.01.2022)

39. Рискогенность современной коммуникации и роль коммуникативной компетентности в её преодолении. – Саратов, 2015.

40. *Родченко И.Г.* Типы речевого поведения// Этикет и протокол. – М., 2006.

41. *Сахнова Е.Б.* «СМИ (медиа) и массовые коммуникации». – М., 2013.

42. *Сеничкина Е.П.* Эвфемизмы русского языка: Спецкурс / учеб. пособие. – М., 2006.

43. *Скибун О.* Учительница русского языка разобрала ошибки Шихман. [Электронный ресурс] URL: <https://srsly.ru/article/show/3753/>

44. *Слесарева И.П.* Проблемы описания и преподавания русской лексики. – М., 1990.

45. Сталин «украл» Рождество? Почему наш Новый год именно такой? // А поговорить? 2021. [Электронный ресурс] URL: <https://youtu.be/-oIgGzJPqIE> (дата обращения 29.03.2022)

46. *Стернин И.А.* Практическая риторика: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. – М., 2003.

47. Стилистический энциклопедический словарь русского языка. – М.: 2006.

48. *Сурикова Т.И.* Антиэтика в языке СМИ [Электронный ресурс] URL: <https://jrnlst.ru/content/antietika-v-yazyke-smi> (дата обращения: 26.05.2021)

49. *Учёнова В.В.* Метод и жанр: Диалектика взаимодействия // Методы журналистского творчества. – М., 1982.

50. *Шихман И.* «Как только говоришь честно, сразу начинаются вопросы: "А вы не боитесь?"» [Электронный ресурс] URL: <https://jrnlst.ru/shihman> (дата обращения: 22.05.2021)

51. *Шостак М.И.* Репортер: профессионализм и этика. – М., 2001.

52. *Энкельманн Н.Б.* Преуспевать с радостью. – М, 1993.