

## ОСОБЕННОСТИ РЕЧЕВОГО ПОВЕДЕНИЯ ВЕДУЩЕГО ТОК-ШОУ С УЧАСТИЕМ СЕЛЕБРИТИ

А. Д. Колосова

*Воронежский государственный университет*

Поступила в редакцию 1 апреля 2022 г.

**Аннотация:** в статье исследуется речевое поведение ведущих ток-шоу с участием известных личностей. Эмпирическую базу исследования составили выпуски телепередач «Привет, Андрей!» (телеканал «Россия 1») и «Звезды сошлись» (телеканал НТВ), выходящие в течение 2019 и 2020 гг. Автор утверждает, что для эффективной коммуникации в рамках теледискурса Андрей Малахов и Лера Кудрявцева используют определенные речевые стратегии и тактики, адресованные как гостям студии, так и массовому зрителю.

**Ключевые слова:** ток-шоу, речевое поведение, коммуникативная стратегия, развлекательное телевидение, селебрити.

**Abstract:** the article is devoted to the analysis of the speech behavior of the talk show hosts who deal with celebrities. The empirical basis of the study is the episodes of programs "Hello, Andrey!" (Russia 1) and "The celebrities got together" (NTV) which were released during 2019 and 2020. The author submits that, while organizing effective communication in the TV discourse, Andrey Malahov and Lera Kudryavtseva use certain speech strategies and tactics addressed both to the show's participants and to the mass audience.

**Keywords:** talk-show, speech behavior, communication strategy, entertaining television, celebrity.

Переход от традиционного типа телекоммуникации, включающего в себя преимущественно одностороннее, монологическое общение с аудиторией, к интерактивному типу взаимодействия с телезрителями способствовал возникновению новых жанров, среди которых, согласно данным исследовательской компании Mediascope, одним из наиболее популярных на российском телевидении является жанр ток-шоу. Особое внимание телезрители уделяют развлекательным передачам с участием известных личностей. Например, выпуски ток-шоу «Привет, Андрей!» (телеканал «Россия 1») и «Звезды сошлись» (телеканал НТВ) всегда находятся на высоких позициях в еженедельном рейтинге «100 наиболее популярных программ среди россиян» [1].

В данной работе понятие «ток-шоу» определяется как «интерактивный процесс речевого взаимодействия телекоммуникатора и телеаудитории, которое характеризуется определенными национально-культурными особенностями, проявляющимися в ситуации межличностного общения, осложненного условиями массовой коммуникации и институциональным статусом коммуниканта» [2, 12]. Как по тематической, так и аудиторной направленности программы в жанре ток-шоу относятся к группе универсальных мультипроектов, то есть адресованы массовому зрителю [3, 188]. Предметом обсуждения в подобных передачах часто становятся события, явления и проблемы, которые привлекают внимание

большого количества телезрителей. Интересы адресата — основополагающий принцип выбора тематики ток-шоу. В рамках этого жанра происходит ориентация на громкие имена и темы, которые привлекают внимание максимального количества зрителей. Частая трансляция передач с участием представителей шоу-бизнеса во многом продиктована интересом аудитории к жизни и творчеству знаменитостей.

Популярности ток-шоу способствует также личность телеведущего, являющегося лицом программы. Говоря о передачах «Привет, Андрей!» и «Звезды сошлись», можем сказать, что их ведущие Андрей Малахов и Лера Кудрявцева представляют собой, как и герои их выпусков, полноценных селебрити, так как к ним приковано пристальное внимание масс. Они — частые герои светской хроники, обладатели большой аудитории в социальных сетях.

Ключевую роль в создании передач в жанре ток-шоу играет речевое поведение телеведущего. По определению Р. В. Пазухина, этот языковой феномен представляет собой «речевые поступки индивидуумов в предлагаемых обстоятельствах, отражающих специфику языкового существования данного говорящего коллектива в данном общественном устройстве» [4, 47]. В связи с тем, что телеведущий как лицо программы является ответственным за ее рейтинг, во время записи каждого выпуска он должен иметь общий план речевых действий, составленный на основе тех целей, которые были поставлены в процессе подготовки к эфиру. Его интенции зависят от формата передачи, темы выпуска и других участников. Основной целью

ведущего ток-шоу с участием известных людей является развлечение массовой аудитории. В связи с этим ему необходимо решить ряд задач, включающих организацию коммуникации между «звездными» участниками выпуска, коррекцию их речевого поведения в соответствии с жанровыми особенностями ток-шоу и взаимодействие со зрителями.

Проанализировав речевые практики ведущих развлекательных телепрограмм «Привет, Андрей!» (телеканал «Россия 1») и «Звезды сошлись» (телеканал НТВ), мы приходим к выводу, что для эффективного общения с гостями студии и телеаудиторией, заключающегося в выполнении заранее поставленных целей, они используют определенный набор коммуникативных стратегий и тактик, представляющих собой «комплекс речевых актов, направленных на достижение цели, поставленной адресантом» [5, 196]. Рассмотрим их более подробно.

Исследуя особенности коммуникативного поведения ведущего ток-шоу, прежде всего необходимо сказать, что он всегда персонифицирован. Телеведущие программ «Звезды сошлись» и «Привет, Андрей!» представляют собой самодостаточных личностей, которые демонстрируют свою значимость и открыто транслируют личное мнение с помощью стратегии самопрезентации, реализуемой в речи с помощью двух тактик: актуализации собственного «Я» и выражения личного мнения и оценки.

Как уже было отмечено, Андрей Малахов является публичной личностью, поэтому несмотря на «звездный» статус участников программы он часто акцентирует внимание зрителей на себе. Благодаря тактике актуализации собственного «Я» телеведущий создает коммуникативное равенство между собой и гостем в студии, формирует свой образ. Применяя данную тактику, он апеллирует к фактам своей биографии, интересам и профессиональному опыту: *Когда я только услышал про все это, я сразу вспомнил, как я год назад был у Ксении. Мы тогда снимали интервью* («Привет, Андрей!» от 20.04.2019); *Мое неравнодушие к Наташе до такой степени, что у моей супруги и Наташи день рождения в один день. И супругу мою тоже зовут Наташа. Вся моя фантазия с Наташей Королевой воплотилась!* («Привет, Андрей!» от 16.05.2020).

Действия ведущего ток-шоу заключаются не только в нейтральном запросе информации у собеседника, но и в обсуждении затронутых проблем вместе с гостями, выражении собственной точки зрения касательно рассматриваемых тем. В подобной дискуссии Лера Кудрявцева использует тактику выражения личного мнения и оценки, содержащую различные аксиологические предикаты. Объектом оценки телеведущей может выступать личность участника программы, проблема, обсуждаемая в рамках ток-шоу, или происходящее в студии: *Ты балда, уж извини! Я тебе это уже говорила* («Звезды сошлись»

от 01.03.2020); *Александр Добровинский был у меня на программе. Это человек с очень плотным расписанием. Я не поверю, что он два с половиной месяца будет этим заниматься просто так!* («Звезды сошлись» от 30.08.2020).

Безусловно, в процессе коммуникации с каждым героем программы речевые действия телеведущего осуществляются с учетом особенностей его языковой личности, социального статуса и индивидуально-психологических характеристик. Но, так как данное общение происходит в рамках медиадискурса, коммуникативное поведение ведущего в первую очередь подчинено интересам массовой аудитории. Фактор двойного адресата на телевидении выделяется многими отечественными исследователями [6–9]. Изучая диалогичные жанры, они утверждают, что для эффективного функционирования телепередачи ведущему необходимо учитывать ее двуадресность и в соответствии с этим организовывать процесс подачи информации [6, 8; 9, 14]. Этим фактом объясняется присутствие зрителей в студии: они выполняют компенсаторную функцию. С помощью массовой во время съемок имитируется непосредственная диалогическая коммуникация с телеаудиторией: *У нас есть в зале те, кто смотрел этот выпуск? Вы входите в эти 3 миллиона?* («Привет, Андрей!», выпуск от 26.12.2020).

Обращаясь к залу и телезрителям, Малахов и Кудрявцева часто используют коммуникативные стратегии и тактики. К примеру, когда ведущие «Привет, Андрей!» и «Звезды сошлись» анонсируют появление нового участника, они обращаются к тактике оценочного представления: *Встречаем заслуженную артистку России Анастасию Волочкову!* («Привет, Андрей!», выпуск от 20.04.19); *В программе «Звезды сошлись» самый близкий родственник актера, его сестра Анастасия Ефремова. Встречайте!* («Звезды сошлись», выпуск от 30.08.2020). Данные речевые высказывания применяются для того, чтобы привлечь внимание зрителей, находящихся как в студии, так у экранов телевизоров. С их помощью они призывают массовку громко приветствовать гостя, аплодировать ему. Последующая бурная реакция зала способствует дополнительной актуализации внимания телезрителей.

Ведущий может интерактивно взаимодействовать с телеаудиторией посредством шуток и иронии. Эти тактики применяются непосредственно для развлечения зрителей, то есть выполняют рекреационную функцию ток-шоу, являющуюся первостепенной для данного телевизионного жанра. Тактика иронии присутствует, например, в речи Леры Кудрявцевой: *Почему же Добровинский их не устроил? Шикарный адвокат — на самокате приехал, в очках красивых!* («Звезды сошлись» от 30.08.2020). Используя речевой акт с ироническим значением, телеведущая в юмористической форме выражает критическую

оценку внешнему виду адвоката Добровинского, ставит под сомнение его профессионализм. Такое высказывание, с одной стороны, может вызвать улыбку у зрителя, поднять его настроение, а с другой — побудить его относиться к обсуждаемому персонажу скептически, с насмешкой.

Несмотря на то, что жанр ток-шоу предполагает коммуникативное равенство всех участников, ведущий, являясь организатором дискуссии, координирует процесс взаимодействия всех гостей студии. Придерживаясь заранее подготовленного сценария, он может демонстрировать свое лидерское положение в процессе записи передачи. С этой целью Малахов и Кудрявцева используют стратегию доминирования говорящего, которая выполняет несколько функций. Во-первых, таким способом они способны влиять на речевое поведение участников ток-шоу, вносить изменения в ход дискуссии. Например, останавливать говорящего: *Андрей, подожди минуточку!* («Звезды сошлись», выпуск от 08.11.2020); *Нужно сказать. Прости, я тебя перебыю. Константин специально крестился для венчания!* («Привет, Андрей!», выпуск от 14.09.2019); или передавать слово определенному участнику коммуникации: *Давайте послушаем Марину, потому что она, правда, больше всех переживала* («Привет, Андрей!», выпуск от 17.10.2020); *Маргарит, скажи, глядя на квартиру Насти в Санкт-Петербурге, вот в наше время ее возможно продать?* («Звезды сошлись», выпуск от 22.11.2020); а также менять темы обсуждения: *Настя, скажите, пожалуйста. Если все-таки продолжит тему адвокатов, вас устраивает защита Миши?* («Звезды сошлись», выпуск от 13.09.2020).

Во-вторых, прибегая к стратегии доминирования, ведущие «Привет, Андрей!» и «Звезды сошлись» конструируют выпуск программы. Например, анонсируют рекламу: *Короткая реклама! Через минуту мы продолжим* («Привет, Андрей!», выпуск от 19.09.2020), объявляют о начале демонстрации фото- и видеоматериалов: *У нас есть видео с той встречи. Давайте посмотрим!* («Звезды сошлись», выпуск от 30.11.2020); *Вы просто не видели эфир, где Вика практически умыла слезами всю студию «Прямого эфира».* **Внимание на экран!** («Привет, Андрей!», выпуск от 22.06.2019). Мы видим, что, применяя стратегию доминирования, ведущий сохраняет тематическую целостность выпуска и регламентирует речевое поведение говорящих, давая возможность высказаться всем участникам, сдерживая или стимулируя их.

Таким образом, изучив специфику языковых личностей телеведущих передач «Привет, Андрей!»

и «Звезды сошлись», мы делаем вывод о том, что способность телеведущего ток-шоу выстраивать коммуникацию с гостями студии и телезритателями существенно влияет на успешный результат программы, заключающийся в выполнении развлекательной функции передач с участием селебрити. Эффективной организации речевого поведения Андрея Малахова и Леры Кудрявцевой способствует умение ориентироваться в тех или иных коммуникативных ситуациях, возникающих в процессе записи программы, а также выбор правильных действий в кадре. Исходя из таких намерений, как развлечение массового зрителя, позиционирование себя в качестве публичной личности, координация процесса дискуссии, они формируют свое речевое поведение, нередко прибегая к использованию тех или иных коммуникативных стратегий в процессе взаимодействия с гостями студии и телеаудиторией.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Mediascope. Данные по аудитории СМИ. — Режим доступа: [https://mediascope.net/data/? FILTER\\_TYPE = tv](https://mediascope.net/data/? FILTER_TYPE = tv) (дата обращения: 27.03.2022).
2. Нугуманова Л. А. Коммуникативно-прагматический аспект формирования телевизионного дискурса (на материале интерактивных ток-шоу регионального телевидения): автореф. дис. ... канд. филол. наук / Л. А. Нугуманова. — Уфа, 2014. — 23 с.
3. Шестерина А. М. Мультипроектирование как тренд современного телепроизводства (на материале анализа телевизионных проектов первого канала) / А. М. Шестерина // Вестник Воронежского государственного университета. Сер. Филология. Журналистика. — 2018. — № 3. — С. 188–190.
4. Пазухин Р. В. Язык, функция, коммуникация / Р. В. Пазухин // Вопросы языкознания. — 1979. — № 6. — С. 42–50.
5. Иссерс О. С. Речевое воздействие: учеб. пособие / О. С. Иссерс. — М.: Флинта, 2020. — 240 с.
6. Баранова К. В. Риторический анализ речевого поведения ведущих американских ток-шоу: автореферат дис. ... канд. филол. наук / К. В. Баранова. — СПб., 2006. — 17 с.
7. Воронцова Т. А. Телевизионная дискуссия как жанр дискурса СМИ / Т. А. Воронцова // Язык СМИ и политика. — 2012. — С. 612–634.
8. Попова Т. И. Телеинтервью в коммуникативно-прагматическом аспекте / Т. И. Попова. — СПб.: Филол. факультет С.-Петерб. гос. ун-та, 2002. — 219 с.
9. Мелехова Н. А. Исповедальное телевизионное интервью как речевой жанр массмедиа дискурса: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Н. А. Мелехова. — Ярославль, 2010. — 23 с.

Воронежский государственный университет  
Колосова А. Д., аспирант кафедры электронных СМИ  
и речевой коммуникации  
E-mail: [anastasia\\_kolosova@inbox.ru](mailto:anastasia_kolosova@inbox.ru)

Voronezh State University  
Kolossova A. D., Postgraduate Student of the Electronic Mass  
Media and Communication Department  
E-mail: [anastasia\\_kolosova@inbox.ru](mailto:anastasia_kolosova@inbox.ru)