

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«АКАДЕМИЯ МЕДИАИНДУСТРИИ»**

На правах рукописи

ЗАЙЦЕВА УЛЬЯНА ИГОРЕВНА

**ДИАЛОГИЧНОСТЬ КАК ПРИЗНАК КОММУНИКАТИВНОСТИ
ПРОДУКТОВ
ЭКРАННОЙ КУЛЬТУРЫ**

(На примере телепрограмм разговорного жанра)

Диссертация на соискание ученой степени
кандидата филологических наук
Специальность 10.01.10. – журналистика

Научный руководитель:
доктор филологических наук, доцент

С.Л.Уразова

Москва – 2017

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ТЕРМИНА «ДИАЛОГИЧНОСТЬ» В УСЛОВИЯХ ЭВОЛЮЦИИ ЭКРАННОЙ КУЛЬТУРЫ	18
1.1. Понятие «диалогичность» в контексте развития массовой коммуникации. Историко–филологический аспект	18
1.2. Диалогические свойства продуктов экранной культуры	37
1.3. Специфика телевизионного диалога во взаимодействии «экранный зритель».....	53
1.4. Структурно-лингвистические особенности медиатекста телепрограмм разговорного жанра.....	73
ГЛАВА 2. ДИАЛОГИЧНОСТЬ ТЕЛЕПРОГРАММ РАЗГОВОРНОГО ЖАНРА В ПРАКТИКЕ ОТЕЧЕСТВЕННОГО ТВ	96
2.1. Жанровое разнообразие телепрограмм – эффективный механизм представленности диалогических отношений «экран – зритель».....	96
2.2. Полемический диалог в ток-шоу на российском телевидении.....	111
2.3. Роль и имидж телеведущего ток-шоу в реализации «диалогического принципа».....	132
2.4. Культурологические аспекты речевой модели медиатекстов ток-шоу	149
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	177
БИБЛИОГРАФИЯ	184

ВВЕДЕНИЕ

Научно-техническая революция привела к формированию принципиально новой – мультимедийной и мультиплатформенной медиасреды, способствующей становлению информационного общества и росту дифференциации его структуры. Эти трансформации протекают, как в русле позитивной, так и негативной направленности. Как отмечает американский социолог Д.Бэлл, один из теоретиков постиндустриального общества, «сплав самых разнообразных интересов и ценностей, зачастую очень противоречивых», приводит к неизбежному нарастанию конфликтов, «причем, не обязательно на прежних направлениях классовой и политической борьбы, но вызываемых различным отношением к происходящим изменениям... трения могут возникнуть у самых разных групп населения»¹.

В данном контексте социальных проблем диалог, рассматриваемый как естественная форма общения, предстает в качестве универсального коммуникативного средства для сглаживания противоречий. Диалог это не просто обмен репликами-высказываниями между двумя коммуникаторами или некий тип речевой коммуникации, в рамках которой собеседники обмениваются информацией. В широком значении диалоговая форма коммуникации означает прежде всего стремление к взаимопониманию и взаимоприятию различных точек зрения, предполагает также дальнейшее взаимовоздействие индивидов, по сути, это способ организации совместной жизни людей, нацеленный на поиск позитивного развития. Спектр разных форм коммуникационного соприкосновения включает в себя и понятие «диалогичность», являющееся неотъемлемой компонентой формирования любого диалога. Функциональная сущность этого термина заключается в продуктивном выверении и взаимодействии суверенных

¹ Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. – М.:1999. С. 150, 35.

социальных позиций по вопросам жизнедеятельности единого и многообразного смыслового пространства, что неизменно включает нормативы общей культуры коммуницирования, потребность индивида высказаться по тому или иному вопросу.

Под воздействием процессов глобализации, конвергенции и интеграции – явлений, охвативших современный медийный рынок, идет динамическое становление и формирование единых принципов экранной культуры, начинающей функционировать в новых условиях, которая стремится выработать алгоритм *существования* всех национальных культур. Подобное партнерское взаимодействие и принадлежность к единой общности современному социуму во многом обеспечивает телевидение, природа которого априори основана на диалоге со своим зрителем, осуществляемом с помощью транслируемых аудиовизуальных произведений. Опосредованный (экранный) обмен информацией, осуществляемый с помощью трансляции различного рода звукозрительных диалоговых репрезентаций, является одной из относительно новых и наиболее знаковых форм социального взаимодействия, получивших беспрецедентное развитие в телевизионном эфире. К этому добавились и иные, новаторские формы взаимодействия СМИ с социумом (разные виды интернет-коммуникаций).

Современная аудиовизуальная коммуникация потеснила печать и радио не случайно. Ускоряющийся ритм современной жизни заставляет человека мгновенно ориентироваться в обилии информации, распространяемой на медиарынке, и следует признать, что по степени эффективности восприятия экранному изображению нет равных. Зрение обеспечивает человеку около 80 % информации, а визуальные образы – их наглядность, доходчивость, универсальность – помогают оперативно усваивать разного рода информацию. Несмотря на доступность интернета и экранных гаджетов, телевидение продолжает удерживать лидерские позиции в отношении массового способа обмена информацией,

воздействуя тем самым на становление экранной культуры в ее эволюционном развитии. Именно коммуникативная специфика этого эффективного средства воспроизводства экранной культуры, позволяющая вовлекать в круг социальной жизни даже интимные и личностные стороны человеческого существования, создает фон быта, досуга, деловой активности индивида, расширяет его кругозор, формирует взгляды, вкусы, привычки, спектр жизненно важных предпочтений и потребностей социума, привлекая внимание телезрителей к обсуждению насущных социальных проблем. Создавая оперативную обратную связь с многомиллионной аудиторией, телевидение способствует тем самым объединению различных слоев общества вокруг наиболее острых и злободневных проблем. Иначе говоря, именно телевидение, обеспечивая российскому населению беспрепятственный доступ к своим телепрограммам, выступает мощным мотиватором и катализатором диалога в общественной системе и ее мироустройстве.

Во многом эту роль берут на себя телепрограммы разговорного жанра, способные отражать весьма значительный спектр мнений социума. Еще никогда в телевизионном эфире не было представлено такое обилие телепередач со студийной аудиторией, как в первые десятилетия XXI века². На нынешнем этапе программы ток-шоу, несомненно, лидируют, характеризуя повышенную социальную потребность и спрос на данный тип передач. Не случайно, первое место в рейтинге телепрограмм России занимает ток-шоу «Пусть говорят», опережая даже показатели программы «Время» на «Первом канале»³. С одной стороны, это несомненное свидетельство того, что общество заинтересовано в живых публичных обсуждениях целого спектра текущих социальных проблем, с другой, если

² Доверие и готовность высказать свое мнение. Левада-Центр. Опрос от 22-25 июля 2016 года, где в пользу доверия ТВ высказались 86% опрошенных, а готовность свободно высказывать свое мнение по политическим вопросам подтвердили 30 % респондентов, хотя в 2015 г. эти показатели составляли 38%. //URL.: <http://www.levada.ru/2016/08/12/14111/print/> (дата обращения 15.08.2016).

– *Прим. авт.*

³ Рейтинг телепрограмм России //URL.: <http://www.allcharts.ru/tv/russia/rating.htm> (дата обращения 11.03.2012).

обратиться к характеристикам этого типа передач, – в них в наибольшей степени присутствуют черты *демонстративности* и *неконструктивности* разрешения спорных вопросов и конфликтов, чья проблематика обнародуется в телеэфире. Герои зачастую кричат, оскорбляют, перебивают друг на друга, что в немалой степени свидетельствует о неготовности большинства простых граждан к свободному и цивилизованному обмену мнениями в СМИ⁴.

Все это порождает противоречие, проявляющееся при трансляции телепрограмм диалогизированного типа, проецируя поиск причин притягивания/непритягивания аудиторией таких передач и выявление качественных и негативных характеристик экранной коммуникации в форме диалога. Тем более, несмотря на то, что с философских позиций диалог предполагает показ культурного потенциала личности, который должен проявляться в позитивном воздействии на коммуникативно-речевые и социальные процессы, формирующие основополагающий принцип конвенционального общения, теледискуссии в России протекают, как правило, на низком культурном уровне, становясь распространенным явлением на телеэкране. Подобное речевое взаимодействие, демонстрация низкого уровня языковой и коммуникативной компетенций собеседников неизбежно ведут к снижению эталонных мировоззренческих предпочтений и культурно-языковой планки телезрителей, утрате языкового чутья и вкуса, к формированию, прежде всего у молодежной аудитории, представлений о том, что подобный тип и стиль межличностного общения является не только приемлемым, но и в некотором смысле образцовым. Таким образом, вопросы формирования диалога и речевой коммуникации на экране

⁴ См.: Статистика Фонда «Общественное мнение» от 24 мая 2015 г, (*Источник данных: «ТелеФОМ» – телефонный опрос граждан РФ 18 лет и старше по случайной выборке номеров мобильных и стационарных телефонов. 24 мая 2015. 320 городов, 160 сел. 1000 респондентов. Статистическая погрешность не превышает 3,8%.//URL.: <http://fom.ru/SMI-internet/12214#page=2> (дата обращения 15.08.2016), где при наивысшем рейтинге ТВ (88%) среди населения России ток-шоу чаще всего смотрит 15 % опрошенных, в отличие от новостей (58%), а против избыточности ток-шоу на российских телеканалах высказались 26%, и только 1 % респондентов считает, что этого типа программ на отечественных телеканалах недостаточно. – Прим.авт.*

представляют собой комплексную проблему, имеющую социальное и профессиональное значение.

В сложившейся ситуации можно говорить о недостаточно сформированном уровне коммуникативных умений, навыков, способов передачи и восприятия сообщения, что затрагивает как этические стороны профессиональной деятельности, так и проявляется в межличностном и коллективном социальном взаимодействии. В итоге неэффективность телевизионного диалога, несмотря на его потенциальные возможности, предстает как одна из актуальных проблем развития современного общества и журналистики как профессии, переживающей этап модернизации и реформирования в условиях становления информационного общества. Практика показывает, что традиционная «задушевность», свойственная общению телеведущих с гостями в студии и аудиторией в советский период, оказалась утраченной. Это обусловлено временем, сменой стереотипов поведения и межличностного общения, модой, ускорением темпа жизни и многими другими факторами, воздействующими на нормы протекания диалога как процесса. Современной журналистике, прежде всего в сфере телевидения, не удалось, к сожалению, выработать такие общепринятые правила и нормы поведения и образцы речевой практики на экране, которые обеспечивали бы взаимопонимание аудитории на разных уровнях экранной коммуникации, чтобы телезрители, определить которых следует как социальную общность, могли бы во время просмотра телепрограмм слушать, слышать и, что крайне важно, понимать друг друга, стремясь при выборе тематики конструктивного диалога к дальнейшему взаимодействию и решению насущных задач в своей жизни.

Нарушение причинно-следственной связи в гармонизации взаимоотношений телевидения и общества фиксируется, в частности, на многочисленных интернет-форумах, где телевизор нередко определяется как «зомбоящик», а жалобы медиапотребителей свидетельствуют о том,

что телеэкран демонстрирует образцы дурного поведения и речи. Раздражает зрителей и реклама, избыток иностранной продукции, катастрофизм в выпусках новостей, непристойные эротические элементы и т.п.⁵ Критически оценивают телевизионную продукцию и исследователи в области массмедиа⁶. И так как массмедиа связаны со своей аудиторией опосредованно, а не напрямую, вопрос о том, посредством каких механизмов они взаимодействуют с обществом, также является дискуссионным.

Несомненно, процессы демократизации в обществе и масштабные технологические нововведения существенно расширяют свободу выбора пользователем информации, учитывая также то, что спектр услуг доставки медиапродукции постоянно возрастает. Таким образом, вероятность выбора телепрограммы начинает в наибольшей степени зависеть от того, в какой мере содержание экранной продукции телеканала отвечает индивидуальным мировоззренческо-культурным потребностям телезрителя. В условиях диверсифицированной структуры медиарынка, где экранный продукт создается не столько для внедрения в сознание аудитории духовно-интеллектуальных ценностей и норм цивилизационного сосуществования, сколько с целью выстраивания массовых и специализированных аудиторий для рекламодателей с их ориентацией на исключительно рейтинговые замеры, приводит телевидение к фактической утрате его социально значимых функций. Оценка этого фактора особенно важна на этапе становления постиндустриального общества, где, по мнению Д.Белла, важнейшей характеристикой медиарынка является конкуренция. Однако определяющим фактором востребованности экранного продукта в этих условиях становится качество семантики медиатекста, а основным

«Чем раздражает телевидение». «ЯПЛАКАЛЬ» // URL: <http://www.yaplakal.com/forum3/topic1275377.html> (дата обращения 8.12.2016).

⁶ В частности, теоретик медиакультуры Н.Б. Кириллова оценивает телепродукцию в диалогических формах как отсутствие полноценной обратной связи с аудиторией, несмотря на наличие современных способов интерактивного взаимодействия. – *Прим. авт.*

действующим лицом данного процесса является коммуникатор-профессионал, обладающий не только необходимыми навыками и умениями, но и неким мировоззренческим и чувственно-эмоциональным потенциалом, нацеленными на позитивные преобразования в обществе. Таким образом, тележурналистика как профессиональная норма, ориентированная на социальное развитие, нуждается в углубленном изучении форм диалога, прежде всего телевизионного, и определении критериев его эффективности. При этом диалогичность программ следует рассматривать как неотъемлемый признак коммуникативности⁷ и модификации качества современного телепродукта. Доминирование в Интернете телевизионных аудиовизуальных произведений, экранного продукта в целом также проецирует необходимость анализа продуктов экранной культуры, степени их влияния на развитие общества.

Все вышесказанное предопределяет **актуальность** проблематики, анализируемой в диссертационном исследовании, которая обусловливается социальной значимостью телевидения как ведущего средства массовой коммуникации в современном обществе и всеобщностью охвата населения телепрограммами, а также включенностью аудитории в восприятие эволюционирующей экранной культуры, где развитие диалога и речевых практик на этапе формирования постиндустриального общества приобретает особую значимость, выступая как основополагающее средство гармонизации общественных отношений в условиях социальной интеграции.

Степень изученности проблемы. При написании диссертационной работы автор опирался на обширную научную литературу, которую условно можно разделить на несколько групп.

Основу для изучения сущности понятий «диалог» и «диалогичность» применительно к продуктам экранной культуры составляют философские

⁷ Коммуникативность понимается как базисная категория методики, трактуемая как модель процесса общения (на теоретическом уровне) и как технология обучения общению, в которой соблюдаются все основные характеристики, качества, свойственные общению (на практическом уровне)// Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам). – М.: Издательство ИКАР Э.Г. Азимов, А.Н.Щукин, 2009. С.102.

труды М.М. Бахтина, В.С. Библера, М.Бубера, П.Рикёра, Ж.-П.Сартра, Э. Фромма, В.М. Межуева, К.Д. Скрипника, С.С.Аверинцева, Б.С.Ерасова, Н.Б.Маньковской, Дж.Реале и Д. Антисери, Й.Хёйзинга и др⁸.

Ко второй группе относятся исследования, научные труды по проблемам коммуникации Т.А.ван Дейка, С.Жижека, Е.В. Ключева, В.В. Красных, Ю.М.Лотмана, Н. Лумана, А.И. Черных и др⁹. В диссертационной работе учитывались концепции и тенденции развития общества с доминированием социальных теорий «информационного общества», «технологического детерминизма» и их критика, представленные в работах таких зарубежных исследователей в области гуманитарных знаний, как Д.Белл, Ж.Бодрийяр, Г.Дебор, Ж. Деррида, М. Кастельс, Э.Тоффлер, Ю. Хабермас, Ф. Уэбстер, Ф.Фукуяма¹⁰.

⁸См.: Бахтин М.М.Собрание сочинений. Т1.Философская эстетика 1920-х годов. – М.: «Русские словари», «Языки славянской культуры», 2003; Бахтин М.М.Собрание сочинений. Т2. «Проблемы творчества Достоевского», 1929. Статьи о Л.Толстом,1929.Записи курса лекций по истории русской литературы, 1922-1927. – М.:«Русские словари», 2000; Библер В.С. Школа диалога культур:Идеи.Опыт.Проблемы. – Кемерово: «АЛЕФ» Гуманитарный Центр, 1993; Бубер М. Два образа веры. – М.:Республика, 1995; Рикер П.Конфликт интерпретаций.Очерки о герменевтике.– М.:Академический Проект, 2008; Сартр Ж.-П. Бытие и ничто.Опыт феноменологической онтологии.– М.:АСТ:АСТ МОСКВА, 2009; Фромм Э.Пути из больного общества. //П.С.Проблема человека в западной философии. – М.: Прогресс,1988; Межуев В.М. Диалог как способ межкультурного общения в современном мире.// Вопросы философии,2011, №4// URL:http://vphil.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=387&Itemid=52 (дата обращения 22.03.2012); Скрипник К.Д. Философия. Логика. Диалог. – Ростов н/Д.: Изд-во Рост. Ун-та, 1996; Аверинцев С.С. Риторика и истоки европейской литературной традиции. – М.: Школа «Языки русской культуры», 1996; Ерасов Б.С. Социальная культурология. – М.:Аспект Пресс, 2000;Маньковская Н.Б.Эстетика постмодернизма.– СПб.: Алетейя, 2000.

⁹См.: Ван Дейк Т.А. Язык. Познание. Коммуникация. – Б.: БГК им.И.А. Бодуэна де Куртунэ, 2000; Жижек С. Добро пожаловать в пустыню реального. – М.: Фонд «Прагматика культуры», 2002; Ключев Е.В. Речевая коммуникация. Успешность речевого взаимодействия. – М.:РИПОЛ КЛАССИК, 2002;Красных В.В. «Свой» «среди чужих»: миф или реальность? – М.: ИТДГК: «Гнозис», 2003; Лотман Ю.М. Избранные статьи в трех томах. Т1.Статьи по семиотике и типологии культуры. – Таллин: «Александра», 1992; Луман Н. Медиа коммуникации. – М.:Логос, 2005; Черных А.И. Социология массовых коммуникаций.– М.: Изд.дом ГУ ВШЭ, 2008.

¹⁰Белл Д. Социальные рамки информационного общества // Новая технократическая волна на Западе. – М.: Прогресс, 1986; Бодрийяр Ж.Общество потребления. – М.:Республика: 2006; Дебор Г. Общество спектакля. – М.:Логос, 2000; Деррида Ж.Голос и феномен и другие работы под знаком теории Гуссерля. – СПб: Издательство «АЛЕТЕЙЯ»,1999; Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. – М., 2000; Тоффлер Э.Третья волна. – М.: Изд-во АСТ, 2004;Хабермас Ю. Будущее человеческой природы.– М.: «Весь Мир», 2002. – 144 с.; Хабермас Ю. Техника и наука как «идеология». – М.:Праксис, 2007; Уэбстер Ф. Теории информационного общества. – М.: Аспект Пресс, 2004; Фукуяма Ф. Наше постчеловеческое будущее: Последствия биотехнологической революции. – М.:АСТ:АСТ МОСКВА, 2008.

В основе анализа специфики экранной культуры в целом и телевидения в частности с учетом восприятия экранных произведений аудиторией изучались работы отечественных и зарубежных исследователей – К.З. Акопяна, Р.Арнхейма, А.С.Вартанова, Е.Л.Вартановой, Ю.П.Буданцева, П.Бурдые, Е.Я. Дугина, М.Маклюэна, В.В. Виноградова, С.М.Гуревича, Н.Б.Кирилловой, С.А.Муратова, Е.В.Поберезниковой, К.Э. Разлогова, С.Л.Уразовой, В.С. Саппака, В.Л.Цвика, В.А.Шкуратова и других авторов¹¹.

В России и за рубежом теории диалога посвящено немало научных трудов. Но в то же время, в условиях динамических эволюционно-трансформационных процессов, происходящих в социуме, глубокий анализ применения диалоговых практик при создании телевизионного продукта и с учетом специфики его эффективного взаимодействия с современной телеаудиторией обретает особую актуальность и требует осмысления диалогического процесса в новом ключе, с обобщением обоснований эмпирического опыта и теоретических изысканий в области философии, филологии, психологии, социологии, искусствоведения, тележурналистики, включая смежные области, исследующие особенности становления и развития экранных технологий в постиндустриальном обществе.

¹¹ Акопян К.З.Массовая культура. Учебное пособие. – М.: Альфа-М; ИНФРА-М,2004; Арнхейм Р.Искусство и визуальное восприятие. – М.: «Прогресс», 1974; Вартанов А.С.Актуальные проблемы телевизионного творчества. На телевизионных подмостках. – М.: Высшая школа, 2003; Вартанова Е. Л. Телевидение в России. Состояние, тенденции и перспективы развития - ??? (ГОД). Отраслевой доклад. – М.: МГУ им.Ломоносова; Буданцев Ю.П. Экранный образ (системные особенности).– М.: Изд.МГИМО, 1993; Бурдые П. О телевидении и журналистике. – М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», Институт экспериментальной социологии, 2002; Дугин Е.Я.Создание смыслов в электронную эру: Методология и техника новых знаний и образов в массовой коммуникации и PR. – М., 2005; Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. – М.; Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003; Виноградов В.В. Экранная культура в XXI веке. Сб.науч. трудов. – М.: ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии», 2010; Гуревич С.М. Экономика отечественных СМИ. –М.:Аспект-пресс,2004; Кириллова Н.Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. – М.: Академический проект, 2005; Муратов С.А. Телевизионное общение в кадре и за кадром. – М.: Аспект Пресс,2007; Поберезникова Е.В. Телевидение взаимодействия; Интерактивное поле общения.– М.: Аспект Пресс, 2004; Разлогов К.Э.Новые аудиовизуальные технологии. – М.:2005; Уразова С.Л. Homo informaticus как тип личности. Конфликт зрелищного и реального на экране// Вестник ВГИК, 2011, №9; Уразова С.Л. Конвергентно-интеграционные аспекты эволюции СМИ в век информации//Вестник ВГИК, 2010, №5; Уразова С.Л. От «зеркала Нарцисса» к экранной реальности. ТВ в контексте трансформаций цифрового времени. – М.: Русника, 2013. – 392 с. Саппак В. Телевидение и мы: Четыре беседы. – М.: Аспект Пресс, 2007; Шкуратов В.А.Искусство экономной смерти. Сотворение видеомира. Ростов н/Д, 2006.

Теоретико-методологическая основа исследования. Учитывая, что поставленная проблема требует *системного и комплексного анализа*, диссертационное исследование базируется на междисциплинарном подходе, а его основу составляют положения и выводы ведущих российских и западных ученых. Работа опирается на совокупность принципов и методов, применяемых в журналистике, филологии и смежных науках – социологии, политической психологии, связей с общественностью и политической коммуникации. Среди них: общенаучные методы (*наблюдение, количественно-статистический анализ, сравнительно-сопоставительный*), общефилологические (*контекстологический, композиционный, структурный, семиотический, концептуальный, контент-анализ*), а также специфические методы (*интертекстуальный анализ, семантико-стилистический анализ, метод слово-образ, экран-образ*). Многоаспектность междисциплинарного исследовательского подхода позволяет выявить основные стратегии при изучении и обосновании диалогических свойств российских телепередач как неотъемлемой составляющей продуктов экранной культуры на современном этапе.

Объект изучения – современное российское телевидение с учетом диалогичности его природы, тематической, композиционной и стилистической структуры, оказывающее влияние на принципы формирования качественных характеристик продуктов экранной культуры.

Предмет исследования – диалогические признаки коммуникативности телепрограмм разговорного жанра, формирующиеся в рамках концептуальной направленности и задач, нацеленных на аудиторные потребности разных социальных групп, вовлечение зрителей в семантику экранной продукции. Проанализировано около 800 телепрограмм эфирных и кабельных телеканалов.

Эмпирическую базу исследования составили телепрограммы разговорного жанра, рассматриваемые с момента начала формирования ток-

шоу как жанра по настоящее время (вторая половина 1960-х – 2017 гг.): в целом в историческом контексте эволюции экранного продукта, проанализировано почти 800 телепрограмм и ток-шоу эфирных и кабельных телеканалов.

Цель исследования – выявление ведущих принципов построения эффективного диалогического взаимодействия в сцеплении: диалог героев телепрограмм – транслятор сообщения – телезритель.

Для достижения обозначенной цели были поставлены следующие **задачи**:

- проследить развитие понятия «диалогичность» в ходе эволюции различных теоретических подходов отечественных и зарубежных ученых, исследовавших диалог как коммуникативный феномен, дать определение понятию «диалогичность» применительно к экранным произведениям, а также выявить значение этих феноменов для современного общества;
- определить роль и место телевидения в экранной культуре, обосновав используемые термины «продукт экранной культуры», «телевизионная продукция»;
- проанализировать специфику имманентной связи экранного произведения и зрителя при трансляции телепрограмм диалогизированного типа;
- изучить структуру медиатекста телепрограмм разговорного жанра, выявить особенности специфики их диалогичности;
- обосновать основные методы и критерии эффективного взаимодействия телевидения и аудитории с учетом специфики ток-шоу;
- выявить диапазон использования культурно-лингвистических единиц в речевой модели медиатекстов ток-шоу.

Гипотеза исследования. В основе закономерностей всех способов репрезентации телевизионной продукции лежат закономерности межличностного общения. Диалогический принцип, согласно которому человек обретает личностную и коллективную идентичность, соотнося себя с

Другими и основываясь на интерсубъективности как явлении, находит отражение в создаваемом экранном продукте, что позволяет устанавливать эффективную интерактивную связь с аудиторией, обеспечивает активизацию коммуникативному процессу.

Теоретическая значимость исследования заключается в выявлении диалогического признака коммуникативности, присущего экранным произведениям, и обосновании степени значимости этого показателя при оценке качества транслируемых телепрограмм. Данный аспект находит отражение в рекомендациях по выработке стратегического планирования телепередач разговорного жанра, представленных в исследовании, а также в классификации критериев диалогичности экранного продукта, что не только обеспечивает вовлеченность аудитории в телепрограммы, но и способствуют расширению способов эффективности диалога.

Практическая значимость исследования предопределяется его результатами и выводами, которые могут применяться:

- при создании телепрограмм различных жанров и при разработке иных программ интерактивного характера с целью улучшения их качества и прогнозирования реакции зрителя;
- в работе медиакритиков для оценки качества телевизионного продукта;
- в научно-исследовательской деятельности при анализе перспектив развития критериев диалогичности в современной экранной культуре;
- в лекционных курсах, семинарских и практических занятиях по теории тележурналистики;
- в образовательном процессе с целью формирования профессиональных компетенций и навыков, а также речевой культуры журналиста.

Научная новизна исследования обуславливается тем, что впервые проводится углубленный анализ понятия «диалогичность» применительно к экранной продукции, в первую очередь телевизионной, а также выявляется значимость обращения к диалогическому принципу как категориальному

признаку коммуникативности, обеспечивающему вовлечение аудитории в телепрограммы разговорного жанра, продукты экранной культуры в целом, что, с одной стороны, свидетельствует о многоуровневой структуре межличностного взаимодействия субъектов, репрезентирующих свои мировоззренческие постулаты посредством экранных технологий, и с другой – характеризует ментальные и культурные показатели развития современного общества. К научной новизне также относится анализ семантики телепрограмм диалогизированного типа и используемой в них речевой модели медиатекстов с опорой на теоретические постулаты медиалингвистики, нового научного направления, важного для исследований массмедиа.

На защиту выносятся следующие положения:

1. Медиакультурное пространство обеспечивает все более тесные связи представителей разных социальных групп. В современном обществе при производстве продуктов экранной культуры акцент в непосредственном коммуникативном действии делается не на *воздействии* на сознание масс, а на *взаимодействии* с социальными группами, где сущностные характеристики массовой коммуникации формируют и активизируют интерактивные связи, что становится одним из важнейших аспектов для теории и практики журналистики.

2. Экранная культура есть принципиально новый способ коммуникации, порожденный кино и телевидением, усовершенствованный компьютерной революцией и цифровыми технологиями, который заключается в получении, передаче, хранении и адаптации в социальном пространстве информации через экранные средства массовой коммуникации. Вбирая в себя все предшествующие культурные формы, экранная культура, находясь в стадии эволюции, содержит огромный культурный потенциал, который накопило человечество в процессе многовекового исторического пути. Новый тип общения заключается в формировании принципиально иных форм связей, включая и то, что, пребывая в режиме диалога почти

беспрерывно, человек способен вступать в этот процесс без личностного присутствия других индивидов.

3. Медиалингвистика, с использованием ее научных инструментов для анализа экранной культуры доказывает, что аудиовизуальный язык экрана неразрывно связан с социальной природой человека, синтезирующей в себе основные формы передачи информации и интерпретирующий реальный мир во всем его многообразии, не только открывает перед социумом широкие коммуникативные возможности, но и выступает в качестве эффективного мотиватора освоения индивидом культурной парадигмы в цифровое время.

4. Возникновение и доминирование на экране в конкретный пространственно-временной период определенных ТВ-жанров предопределяется потенциальными запросами и потребностями общества.

5. Ток-шоу, обладая наибольшей широтой диалогических возможностей, является оптимальным инструментом развития социальных диалоговых практик.

6. Использование диалогического принципа позволяет устанавливать эффективную интерактивную связь с аудиторией, обеспечивать ее интенсивность и активизацию.

Апробация работы. Основные положения и выводы диссертации были опубликованы в 2013 – 2016 гг. в научных периодических журналах: «Медиаальманах» (Факультет журналистики МГУ); «Вестник НГУ», серия «История, филология»; «Известия Уральского Федерального Университета», (Уральский Федеральный Университет им. Б. Ельцина), серия «Проблемы образования, науки и культуры», входящих в Перечень изданий ВАК, а также изложены в докладах и сообщениях на научно-практических конференциях: «Толерантность современной журналистики», «СМИ в эпоху глобализации», «СМИ как катализатор социокультурных процессов в современной России», организованных ФБОУ ДПО «Академии медиаиндустрии», на VI Международной конференции «Современная школа России. Вопросы модернизации», которые проводились в 2011 – 2014 гг., а также были

представлены в виде лекций для студентов отделения журналистики филологического факультета Московского Государственного Областного Социально-Гуманитарного института в 2011 году (ныне Государственный Социально-Гуманитарный Университет).

Структура и объем работы. Структура диссертации отвечает целям и задачам исследования. Работа состоит из *Введения, двух Глав, Заключения и Библиографии*. Объем диссертации составляет 203 страницы, содержит 9 Таблиц, в Библиографии указано 221 использованных источника.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ТЕРМИНА «ДИАЛОГИЧНОСТЬ» В УСЛОВИЯХ ЭВОЛЮЦИИ ЭКРАННОЙ КУЛЬТУРЫ

1.1. Понятие «диалогичность» в контексте развития массовой коммуникации. Историко-философский аспект

На протяжении всего существования человечества коммуникация выступала как неотъемлемая часть организации и развития общества, предоставляя индивиду возможность персонализированного включения в систему создания общественных смыслов. Будучи двусторонним процессом, информация служила средством передачи духовно-интеллектуальных значений между разными автономными системами, где отправитель и получатель сообщения активно участвуют в производстве смыслов и где диалог, включая его диалогичность, понимаемую как мотивацию собеседников к общению и поиску адекватного взаимопонимания, а также стремление к совместимости смысловых позиций, предстает значимым условием жизнеспособности системы информационного обмена в социуме.

Понятие «диалогичность» в толковых словарях русского языка практически не встречается, есть лишь в Словаре синонимов¹² указание на слово «разговорность». В энциклопедическом словаре выдающегося отечественного психолога А.А.Бодалева данный термин определяется как свойство личности, характеризующее способность индивида (интеллектуальную, эмоциональную, поведенческую) к диалогическому общению¹³. Данное существительное образуется от родственного слова «диалог», переплетаясь с ним семантически. Слово «диалог» происходит от греческого *dialogos* и состоит из двух частей: приставки *dia* (сквозь) и корня *logos* (слово, значение). Термин можно истолковать как разделенное слово, т.е. разговор. Непосредственно понятие «диалог» употребляется и в узком смысле – как форма речевой коммуникации, участники которой,

¹² Словарь синонимов ASIS. В.Н.Тришин, 2013//URL.:

http://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_synonims/328310/диалогичность (дата обращения 12. 06.2016)

¹³ Бодалев А.А.Психология общения. Энциклопедический словарь.- М.: «Когито-Центр»,2011. С.8.

обмениваются репликами-высказываниями, и в широком, или философском смысле, как информативное и экзистенциальное взаимодействие между коммуницирующими сторонами. Соответственно, диалогичность в контексте данного исследования мы будем понимать как некое свойство, отвечающее за поддержание целенаправленного, прямого или опосредованного контакта между субъектами коммуникации, имеющего свои отличительные признаки коммуницирования.

Диалогичность, как качественная характеристика коммуникационных процессов, была присуща межличностному общению уже в дописьменную эпоху. У первобытных племен собрания и языческие обряды служили обменом опыта, являлись объединяющим фактором. Идею диалога, протекающего вне слышимой речи или зримого письма, где важна не передача информации, а духовно-чувственное взаимодействие, доносит до нас и опыт древних цивилизаций. Так древнеиндийские гимны Ригведы, сохранившиеся с начала XI тысячелетия до н.э., наполнены идеей единства народов, макро- и микрокосмоса, мыслями о том, что здоровье человека во многом зависит от его взаимоотношений с окружающей средой. Мудрецы Востока воспринимали истину только как дарованную свыше, в форме пророчества, потому они не вступали между собой в полемику в то время, В античных городах-полисах, где законы не навязывались силой личного или религиозного авторитета, а должны были доказывать свою правильность с помощью диалектической аргументации, создавалось диалоговое пространство. Греки с их ранней демократией первыми поняли, что никто не обладает монополией на истину, и в ее поиске могут участвовать все, так как истина, как и политические вопросы, подлежит *всеобщему обсуждению*. Слова древнегреческого философа Сократа – «я знаю, только то, что ничего не знаю» – формулируют исходный принцип диалогичности. В античной культуре даже диалог учителя с учеником предстает в форме не поучения, наставления или назидания, а в виде доказательного разговора, обсуждения или беседы, получившей название сократического диалога. Сократ, ставя

вопрос за вопросом, принуждал своих учеников высказывать противоположное суждение тому, что они утверждали вначале, и доводил их до косвенного признания в том, что они сами не знают о чем говорят, несмотря на свои претензии на универсальное знание. «Ловушки Сократа, – писал немецкий философ Х.Г.Гадамер, – это не приемы какого-то виртуозного техника, которые просто применяются там, где приносят успех. Напротив, они хотят быть живыми формами взаимопонимания....»¹⁴. В диалоге, по Сократу, открывается не только чужая, но и собственная душа: «если глаз желает увидеть себя, он должен смотреть в другой глаз»¹⁵.

Один из ведущих диалогистов М.М. Бахтин охарактеризовал сократические диалоги как противостояние официальному *монологизму*, претендующему на обладание готовой истиной. Он обратил внимание на то, что сократическая истина («смысл») возникает из *диалогических отношений* между говорящими; она *взаимосоотносительна*, и ее релятивность проявляется в автономии точек зрения наблюдателей¹⁶. Мнение философа В.М.Межуева перекликается с выводом Бахтина, это проявляется в его высказывании о том, что сократический диалог как мировоззрение содержал в себе зачатки преодоления монологической модели мира, и более того, считает этот ученый, диалог как способ поиска истины явился одним из исторических начал философии как науки и европейской культуры в целом. Данная точка зрения дает право полагать, что диалогичность как неотъемлемое свойство участников коммуникации обеспечивает познание самого себя и окружающего мира, что еще с древних времен заложено в диалоге как некой исследовательской программе. Поэтому с учетом того, что важнейшее условие диалога – *свобода* выражения мнения и *равенство* его

¹⁴ Гадамер Х.-Г.Диалектическая этика Платона (феноменологическая интерпритация «Филеба»).- СПб.:Санкт-Петербургское философское общество, 2000. С.76.

¹⁵ Цит.:Назарчук А.В.Философское осмысление диалога через призму коммуникативного подхода//Вестник МГУ, 2010,№1.С.51-71// URL.: <http://www.nazarchuk.com/articles/article22.html> (дата обращения 11.06.2012).

¹⁶ Кристева Ю. Бахтин, слово, диалог и роман. Французская семиотика: От структурализма к постструктурализму. – М.: ИГ Прогресс, 2000. С.445-446.

участников, диалогичность заключается прежде всего в признании *плюрализма* мнений, равноправия точек зрения и *ценности личности*.

Древнегреческие философы, переместив разговор внутрь литературного произведения, положили начало созданию прозаического диалога и, как следствие, драматических жанров. С этих пор, согласно замечанию филолога С.С. Аверинцева, «уже не литература омывается волнами длящегося разговора Бога и людей, а разговор искусственно воссоздается»¹⁷, т.е. живая речь имитируется, стилизуется средствами литературы¹⁸. Отметим, что в поле нашего рассмотрения попадает диалог не как форма речи, или определенный жанр словесности, который восходит к Античности, но диалог, как «онтологически первичное отношение между людьми». После Платона (все его философские сочинения, кроме «Апологии» используют эту форму) диалог становится основным литературным жанром в Древней Греции, однако важно то, что это явилось итогом творческого компромисса между достоинствами диалогической формы живой речи и широкими перспективами монологической формы речи письменной. Платон первым обозначил преимущества речевого стиля перед письменным, под которыми позже «подписывались все культуры вплоть до М. Маклюэна»¹⁹.

¹⁷ Аверинцев С.С. Риторика и истоки европейской литературной традиции. – М.: Школа «Языки русской культуры», 1996. С.23

¹⁸ С.С.Аверинцев отмечает тонкость в воспроизведении речевых повадок каждого персонажа произведений Платона. Интересно, что главный герой произведений Платона – Сократ, к тому времени считающийся непревзойденным мастером диалога, в работах Платона предстает как яркий образ радикально недиалогического человека, который «не может быть внутренне окликнут, задет и сдвинут с места словом собеседника», остающийся в пылу спора «всецело непроницаемым, неуязвимым, недостижимым для всякого иного «Я», а потому в состоянии манипулировать партнерами в беседе, двигать ими, как вещами, сам никем не движимый». (Аверинцев С.С. Риторика и истоки европейской литературной традиции. - М.: Школа «Языки русской культуры», 1996. С.22). Возможно, Сократ изображен так потому, что, согласно его воззрениям, истина рождается в споре, а для Платона умение вести диалог, принимать участие в обсуждении намного важнее полученных при этом результатов. (Межуев В.М. Диалог как способ межкультурного общения в современном мире.// Вопросы философии, 2011, №4.//URL.: http://vphil.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=387&Itemid=52 (дата обращения 22.03.2012).)

¹⁹ Назарчук А.В. Философское осмысление диалога через призму коммуникативного подхода//Вестник МГУ, 2010, №1. С.51-71// URL.: <http://www.nazarchuk.com/articles/article22.html> (дата обращения 11.06.2012).

В Средние века под влиянием схоластической традиции, диалог, как коммуникационный обмен информацией, характеризуется двумя свойствами – идеологичностью и просветительностью. (В беседе с Богом обреталась вера, в беседе с другими усваивалось знание о вере). Живые обсуждения религиозных догм были неотъемлемой частью учебного процесса средневековых университетов. В этот период диалогичность проявляется в умении разрешить поставленный вопрос или обосновать выдвинутый тезис проведением целого ряда логических операций, поначалу разделяя и затем объединяя понятия. Средневековым мыслителям (Августин, Тертуллиан, Абельяр, Фома Аквинский, Экхарт) было присуще восприятие человека и предмета в ничтожестве собственного бытия, но во всемогуществе «причастия». Речь идет о понимании всего мира и каждого предмета в отдельности как причастного к Богу, что «являясь *«со-участием»* (*курсив – У.З.*), по Т. Лифинцевой, было подлинно диалогическим, несмотря на формальный примат субъективности»²⁰.

В эпоху Возрождения²¹, которая во многом характеризуется стремлением индивидуальности к самовыражению, письменность выступает как важный коммуникационный канал, востребованный обществом. Тут важно отметить, что многие научные и философские сочинения гуманистической эпохи написаны в диалоговой форме. Голландский историк Й.Хейзинга, характеризуя творчество писателей и поэтов XV столетия, определил это «злоупотребление» стремлением передать диалог «во всей его непосредственности», что «делает текст нудным и утомительным: даже изложение политических событий облекается у Фруассара и его

²⁰ Лифинцева Т.П. Философия диалога Мартина Бубера.– М.,1999.С.4.

²¹ Часть историков отрицают сколько-нибудь принципиальное отличие эпохи Возрождения от Средних веков, усматривая в первом завершающую фазу последнего. Например, по оценке В.М. Межуева, целью знаменитой книги «Осень Средневековья» Й.Хейзинга явилась попытка увидеть средневековую культуру в ее последней жизненной фазе, как дерево, плоды которого созрели. Однако большинство историков относят Возрождение к самостоятельной и целостной в своей завершенности культурной эпохе со своим особым – гуманистическим видением человека, отличным от античного и средневекового. И потому развитие диалогических идей на данном историческом этапе мы исследуем отдельно.–Прим.авт.

современников в форму вопросов и ответов»²². Однако Петрарка иначе поясняет свой выбор в пользу диалоговой формы: «чтобы придать беседе такой вид, как будто она ведется с тут же присутствующими, я разделил мысли моего славного собеседника и мои не местоимениями, а нашими именами»²³. Таким образом, в основе формирования диалогического мышления в этот период лежит умение раскладывать на «Я» и «Он», а также в готовности воспринимать опыт других.

Распространение печатных технологий открыло широкие возможности для тиражирования письменных сообщений (1440 г., начало «эры Гутенберга»). Печатные книги и листовки, постепенно вытеснив рукописи и получив возможность транслировать послания другим поколениям и культурам, сформировали коммуникативную общность (communicative community)²⁴ не только в пространстве, но и во времени. Роль печатного слова в формировании общественного мнения возросла многократно. В Новое время диалог превращается в *социокультурный* феномен, присущий развитию общественного бытия. XVIII век, рассматриваемый в русле европейского Просвещения, становится под влиянием таких философов, как Ж.Руссо, А.Вольтер, Дж.Вико, Ш.Монтескье и других, временем расцвета журнальной периодики. *Сила суждения* понимается просветителями в качестве основной силы человека, общий источник истины и морали. А диалогичность предстает как форма преодоления косности мышления, возможность взглянуть на истину с разных сторон, которой присущи такие характеристики, как полемичность, дискуссионность. Таким образом, европейские просветители начали рассматривать диалогичность в качестве возможности выразить «внутреннее состояние человека» и как способ

²² Хейзинга Й. Осень Средневековья. – М.: Айрисс-пресс, 2004. С.349.

²³ Цит.: Скрипник К.Д. Философия. Логика. Диалог. – Ростов н/Д.: Изд-во Рост. Ун-та, 1996. С.5.

²⁴ В данном случае коммуникативная общность понимается как «исторически сложившаяся этносоциоязыковая общность», для которой характерны достаточно регулярные внутренние коммуникативные связи, формируемые в определенной коммуникативной среде//Словари и энциклопедии на Академике. Словарь социолингвистических терминов// URL: http://universal_ru_en.academic.ru/1310978/коммуникативная_общность (дата обращения 11.08.2016). –Прим. авт.

постижения духовного богатства общества. Через диалог, считали они, человек преодолевает ограниченность и однократность своего существования, осознает свое единство с природой, обществом, другими людьми, с прошлым и будущим.

Немецкая классическая философия²⁵ в XIX веке является одним из важнейших ключей к пониманию диалогичности как важнейшего коммуникативного свойства. Из всего богатства представленных ею идей, особый интерес для настоящего исследования представляет рассмотрение проблемы субъекта и его познавательных возможностей, а также субъективных и межсубъективных отношений. Согласно воззрениям родоначальника немецкой классической философии И.Канта, человек воспринимает мир не таким, какой он «сам по себе». Постигаемый мир – «мир для нас» – связан с «миром в себе», но мы никогда не перешагнем грань, разделяющую эти миры. Это и есть, по определению современного философа И.В.Зиновьева, «основная диалогическая посылка кантовской концепции»²⁶, которая актуализировала проблематику субъект-объектных и субъект-субъектных отношений, представ одной из основных проблем для изучения в работах «посткантовских» мыслителей. Впечатленный «Критикой чистого разума» Канта, И.Г.Фихте написал свой «Опыт критики всякого откровения» и «в одночасье стал знаменит»²⁷. Гениальность и новизна мысли Фихте, по оценке Дж.Реале и Д.Антисери, заключалась в трансформации «мыслящего Я» Канта в «чистое Я», понятое как интуиция, себя полагающая и себя творящая реальность. «Только когда Я стало самим собой, когда все остальное исчезло для меня – мне может открыться другой в своей

²⁵ Хронологически этот этап начинается с работы И.Канта «О форме и принципах чувственного и умопостигаемого миров» (1770) и заканчивается в 1872 году со смертью Л. Фейербаха.– *Прим. авт.*

²⁶ Зиновьев И.В. Теория субъект-объектных отношений А.И. Введенского: от Канта к диалогизму//Вестник Университета Российской Академии Образования, №3 (41),2008. С.10.

²⁷ Реале Дж., Антисери Д. Западная философия от истоков до наших дней. Т.4.От романтизма до наших дней.– СПб: ТОО ТК «Петрополис»,1997. С.32.

инаковости»²⁸. Фихте осмыслил важнейшие принципы диалогичности, которые легли в основу научного изучения человеческой субъективности – исключительность индивидуального самосознания и взаимообусловленность «Я» и «Другого». «Человек реализует свое моральное призвание в полной мере, лишь вступая в *связь с другими* людьми. Именно для того, чтобы стать человеком в полном смысле слова, он *нуждается в других*»²⁹. Любое социальное взаимодействие приобрело, таким образом, яркую диалогическую окраску, что по терминологии немецкого философа и социолога Х.Плеснера, воплощает в себе *дуализм бытия*. Идеи субъект-объектных отношений в диалоге развивали Г.В.Ф.Гегель, братья Шлегели, Ф.Шеллинг, Ф.Шлейермахер, А.Шопенгауэр, Ф.Ницше, С.Кьеркегор, В.С.Соловьев, Н.А. Бердяев, Э.Фромм, М.Бубер, М. М.Бахтин, Ф. Франк и другие.

В начале XX века, в период небывалой технократии и отчуждения человека от человека, появляется множество философских школ и направлений, объединенных общей идеей установки на диалогичность, и так как объем диссертационного исследования не позволяет вместить весь перечень открытий, рассмотрим, на наш взгляд, наиболее значимые из них.

Психоанализ австрийского ученого З.Фрейда и его учеников А.Адлера, К.Юнга, Э.Фромма подарил миру открытие того, что человек не управляет своим подсознанием, которое оказывает влияние на сознательные поступки индивида и его отношение к другим людям, к обществу. Благодаря гению З. Фрейда, появилось *измерение иррациональное*, представляемое феноменологией бессознательного, влияющее на бытие личности, как

²⁸ Цит.:Амбросимова Л.В. Историко-философский анализ концепций диалогизма XX века (М.Бубер, О.Розеншток-Хюси, М.М.Бахтин). Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата философских наук. – М: Московский государственный гуманитарный университет им. М.А. Шолохова, 2007.С.19.

²⁹ Цит.:Реале Дж., Антисери Д. Западная философия от истоков до наших дней. Т.4. От романтизма до наших дней. – СПб:ТОО ТК «Петрополис», 1997.С.40.

биосоциальной сущности³⁰. Психолог и исследователь культуры Новейшего времени В.А.Янчук оценивает это как новое, «экзистенциональное измерение», которое принимает «форму полифонического многоголосия, обеспечивающего богатство и многообразие мировосприятия и мироотношения, ставит вопрос об основаниях их сосуществования и взаимообогащения в рамках единой плоти», отмечая также «вотканность человека в его бытие-в-мире. Человек не просто существует в мире, отражая или рационально изучая... он переживает происходящее, чувствует свою сопричастность к нему, что приводит к осознанию собственной уникальной феноменальности, недоступной внешнему остраниченному созерцанию»³¹. Одновременно, основоположники феноменологии Э.Гуссерль, М. Хайдеггер, М. Мерло-Понти и другие заговорили о том, что начинать изучение мира следует с сознания, потому что реальность доступна людям только через него. Важна не сама реальность, а то, как она воспринимается, осмысливается человеком. Главная характеристика сознания, по Гуссерлю, его «интенциональность», т.е. постоянная и неизменная направленность на что-либо. Немецкий ученый подчеркивал, что сущность человека проявляется не в изолированности индивидов, а в связи человеческой личности с ее поколением и обществом. Главное свойство человека, писал Хайдеггер, в незамкнутости, в стремлении раскрыться в максимально *широком пространстве связей*, это и есть то бытие, которое делает осмысленными вещи и встречу с «другими Я». Феноменология как новая наука о сознании, утверждающая, что объективной реальности, существующей без сознания нет, предоставила возможность рефлексивного исследования бесконечно многообразных видов человеческого опыта.

³⁰ Фрейд обращает внимание на то, что существует еще и жизнь не афишируемая, связанная с удовлетворением влечений и приходит к заключению о том, что и «культура создана под влиянием жизненной необходимости за счет удовлетворения влечений». – *Прим. авт.*

³¹ Янчук В.А. Постмодернистский, социокультурный диалогизм как перспектива позиционирования в предмете психологии. // Методология и история психологии, 2006, Т.1, Вып.1. С.202-203.

Феноменологический диалог — непосредственный *обмен* и перевод *между* *персональными целостностями*, мирами, сохраняющими свои особенности.

Философская герменевтика, у истоков которой также стояли Э. Гуссерль, М.Хайдеггер, Ф. Шлеермахер, В.Дильтей, Х.-Г.Гадамер и другие, своей главной категорией сделала *понимание*, рассматривая данный процесс не просто, как элемент познания, но и как способ бытия человека, его «проникновение» в окружающий мир. В этом контексте особо важным для формирования диалогизма становится положение, провозглашенное немецким философом Гадамером о герменевтическом методе проникновения в суть вещей: «Истину не может сообщать кто-то один. Всемерно поддерживать диалог, [значит] давать сказать свое слово и инакомыслящему, уметь усваивать произносимое им»³². Понимание всегда предполагает две равноправные стороны в поиске «согласия относительно сути дела». Через «опыт жизни», «опыт истории», «опыт искусства» человек обретает реальность. Наш жизненный опыт выражен в языке, как исходной схеме человеческой ориентации в мире, язык – «стихия понимания».

М. Шелер, Х.Плеснер, А. Гелен, философы школы философской антропологии, размышляя над тем, что такое человек, обращают внимание на то, что главным признаком, отличающим человека от животного, помимо внутреннего «Я» и интеллекта, является наличие *духовности*. Немецкий философ и социолог Х.Плеснер подчеркивал характерное для человека особое «поле взаимоотношений» со средой, которое определяет телесную и духовную организацию людей. Эти отношения Плеснер назвал «позициональностью», то есть такой особенностью, когда человек выходит за рамки телесного, как бы дистанцируясь от своего тела и противопоставляя его самосознанию, благодаря чему, он осознает себя как мыслящую плоть, чего нет у животных.

³² Цит.:Кохановская Т.И. Философия: Учебное пособие для высших учебных заведений. Ростов н/Д: «Феникс», 2004. С.68-69.

И в заключение следует отметить, также, идейные открытия экзистенциализма³³ (Ясперс, Марсель, Бубер, Хайдеггер, Камю, Мерло-Понти, Сартр и др.), раскрывшего миру, что существование личности возможно только в рамках коллективного «совместного бытия», при том, что человек всегда одинок в своих чувствах. Немецкий философ и психолог К.Ясперс писал: «Я существую, поскольку не позволяю себе стать предметом, объектом. Я знаю себя, не задавая вопрос: что я такое? Я существую в реализации своих возможностей, я – это моя ситуация, реальность, из которой нельзя выйти»³⁴. А потому (по К.Ясперсу), нет никакой объективной истины. Истина – это субъективность, ее можно найти, исследуя свои переживания. Истин столько, сколько людей. «Я – это моя истина. Истина и уникальна, и множественна, ведь одна экзистенция стоит рядом с другими, каждая из которых имеет свою собственную истину»³⁵. Достижение мысли экзистенциализма привело к открытию того, что человек не просто присутствует в мире в качестве незаинтересованного наблюдателя вещей и смыслов, он – существо, проектирующее мир как *свой мир*, и он придает ему осмысленность.

В первой половине XX века в формирующихся гуманитарных науках – психологии, антропологии, социологии, других – возникла философия диалога. И в рамках этого направления диалогичность предстала как *непрерывающаяся связь* человека (с момента его самосознания) с другими людьми и Богом. Данное явление рассматривали Ф.Розенцвейг, Ф.Эбнер, О. Розеншток-Хюсси, Э.Левинас, Ж.-П. Сартр, П.Тейяр де Шарден и другие. Однако важнейшими для понимания сущности диалогичности в качестве категориального свойства коммуникации стали диалогические теории философов М.Бубера и М.Бахтина. Рассматривая данное явление как

³³ Согласно мнению специалиста по массовым коммуникациям М.А. Василика, термином «экзистенциализм» обозначается ряд концепций, сущность которых есть способ переживания личностью противоположной ей чуждой и враждебной действительности (Василик М.А. Основы теории коммуникации. – М.: Гордарики, 2002. С. 73.).

³⁴ Цит. по: Реале Дж., Антисери Д. Западная философия от истоков до наших дней. Т. 4. От романтизма до наших дней. – СПб: ТОО ТК «Петрополис», 1997. С. 404.

³⁵ Цит. по: Там же.

фундаментальную особенность человеческих отношений, они вывели *диалогический принцип*, согласно которому человек обретает собственную сущность только *соотнося* себя с другими. Постигание человеком себя самого и окружающего мира всегда происходит в диалоге.

Диалогический принцип, служит исходным пунктом концепции М.Бубера. Еврейский экзистенциалист приходит к основополагающему для становления диалогизма заключению – об абсолютном значении человеческой жизни как способности человека видеть то, с чем он сталкивается, и принимать то, с чем вступает в отношения, что не менее реально, чем восприятие себя самого. М.Бубер назвал это феноменом диалогической двойственности, подчеркивая, что особенность человеческого мира, это прежде всего то, что возникает лишь между существом и существом, и подобного нет более нигде в природе. «Человеческая жизнь соприкасается с абсолютным в силу ее диалогического характера»³⁶.

Постигание человеком себя самого и окружающего мира всегда происходит в диалоге. Диалогичность как человеческая *способность к отношению*, по Буберу, реализуется в трех сферах: в жизни с природой, в жизни с людьми и в жизни с духовными сущностями, где фундаментальным фактом человеческого существования является взаимосвязь «человек с человеком». Он утверждает, что Бубер убежден, что *отношение* людей друг к другу, выражающееся в их общении, может обойтись без слов, без сообщения, главное здесь – *взаимная направленность внутреннего действия*: «Мое ты воздействует на меня, как и я воздействую на него». При этом он подчеркивает, что «самое горячее словесное общение еще не составляет разговор там, где установилась *открытость*, пусть даже не в словах, прозвучало священное слово диалога»³⁷. Основа основ – слушание и *слышание* друг друга, *двух людей*. Таким образом, по Буберу, важнейшим

³⁶ Реале Дж., Антисери Д. Западная философия от истоков до наших дней. Т.4. От романтизма до наших дней. --СПб: ТОО ТК «Петрополис», 1997. С.511.

³⁷ Цит.: Дьяконов Г.В. Психологическая онтология и обращения в диалогике М.Бубера. «Соціальна психологія», 2004, № 3(5).// URL.: <http://hpsy.ru/public/x3327.htm> (дата обращения 19.07.2011).

атрибутом диалогических отношений является их *взаимность*. М.Фридман, исследователь творчества этого философа, писал: «В “Я и Ты” есть нечто завораживающее, как и во всех произведениях “прорыва” (под прорывом здесь понимается радикальное изменение ментально-культурной парадигмы) <...> Метафизический диалог Бубера может стать решающим для культуры XX века»³⁸.

Если у М.Бубера при интерпретации диалогичности на первый план выступал этический аспект, момент *внутренней* связи и единства двоих, то в творчестве М. Бахтина акцент в большей степени делается на *полемический* момент, момент жизненной борьбы, *самовыражения* человека. Как справедливо отмечает А.В. Назарчук: «Бубер описывал диалог-состояние, Бахтин – диалог-действие, поступок, событие, жизнь»³⁹. До сих пор ведутся ожесточенные споры об источниках теории Бахтина. Например, М.Тойниссен отмечает влияние философа Н.Лосского на философию Бахтина, а Н.К. Боневская в своей статье «М.Бахтин в 20-е годы» указывает на то, что формирование *диалогического мышления* русского ученого связано с развитием западноевропейской философии: «Бахтин начинает с запасом тех философских представлений, которые выработал XIX век»⁴⁰. Целесообразно утверждать, что идеи и представления об общении, о человеке, мире и познании образуют единый теоретический контекст, в котором проявилась теория диалога Бахтина. В частности, философ В.С.Библер уточняет, что сама идея его концепции возникла и стала основой всей бахтинской терминологии при изучении романов русского писателя Ф.М. Достоевского. Первая книга М.Бахтина, пронизанная идеей диалога, вышла с названием «Проблемы творчества Достоевского» (1929 г.). По мнению самого Бахтина, Ф.М.Достоевский смог понять и выразить *диалогичность* персонажей в

³⁸ Цит.: Лифинцева Т.П. Философия диалога Мартина Бубера.– М.:1999.С51.

³⁹ Назарчук А.В.Философское осмысление диалога через призму коммуникативного подхода//Вестник МГУ, 2010,№1.С.51-71// URL.: <http://www.nazarchuk.com/articles/article22.html>(дата обращения 11.06.2012).

⁴⁰ Боневская Н.К. Бахтин в 20-е годы. //М.М.Бахтин: pro et contra.Творчество и наследие М.М.Бахтина в контексте мировой культуры.Т.2. – СПб: Изд.Русского Христианского гуманитарного института, 2001.С.185.

хронотопе романа как *внутренний диалог моего Я с моим «другим Я»*. Такое общение индивида с самим собой (и одновременно общение с Другим, Собеседником, с миром) постигается Достоевским благодаря тому, что он всегда изображает человека *на пороге* последнего решения, в момент кризиса, незавершенного и непредопределимого поворота его души. Из каждого *противоречия внутри* одного человека он стремится сделать двух людей, заставляя героев беседовать со своим двойником, с чертом, со своим Alter Ego, со своей карикатурой, чтобы драматизировать это противоречие и развернуть его экстенсивно. Бахтин считает, что Достоевский как художник исследовал не глубины бессознательного, а высоты сознания, и убедительно показал, что драматические коллизии и перипетии в жизни, укореняющиеся в сознании, часто оказываются сложнее и могущественнее бессознательных комплексов З.Фрейда. Возможно, сам Достоевский ничего не знал о своем диалогизме, зато его увидел в произведениях писателя Бахтин.

Диалогичность у М.М. Бахтина предстает не просто как событие общения человека, а как некая *общечеловеческая реальность* – условие формирования сознания. Этот вывод ученого крайне важен для понимания диалога как процесса. Приведем ряд цитат этого ученого, раскрывающих его воззрения на диалог как явление, где уточняются природные свойства человека, вступающего в коммуникацию. «Самосознание диалогизировано. Диалог не может ни кончиться, ни завершиться». «Жить – значит участвовать в диалоге: вопрошать, внимать, ответствовать, соглашаться и т.п. В этом диалоге человек участвует весь и всю жизнь: глазами, губами, руками, душой, духом, всем телом, поступками». «Только во взаимодействии человека с человеком раскрывается и “человек в человеке” как для других, так и для себя самого. Быть – значит общаться диалогически. Когда диалог кончается – всё кончается»⁴¹.

⁴¹ Бахтин М.М. Собрание сочинений. Т2. «Проблемы творчества Достоевского», 1929. Статьи о Л. Толстом, 1929. Записи курса лекций по истории русской литературы, 1922-1927. – М.: «Русские словари», 2000. С. 130, 156.

Термином «диалогичность», по Бахтину, также можно охарактеризовать тот *формат познания*, в котором постигается человек: «понять человека, делая его объектом безучастного анализа нельзя, его можно раскрыть, точнее заставить раскрыться, – лишь путем общения, диалогически». Во взаимодействии человек *открывается* себе и другим, «обретает и узнает свое человеческое лицо, научается быть человеком»⁴². По оценке Т.В. Белоусовой, Бахтин сформировал идею диалогичности как определение разума (с основной установкой не на познание «объекта», но на общение, взаимопонимание)»⁴³. В.С.Библер указывает на понимание Бахтиным *всеобщности этого явления как основы человеческого взаимопонимания*. Идея диалогичности в формулировке Бахтина, по мнению К.Д. Скрипника, является «всеобщей характеристикой гуманитарного мышления понятого в его онтологически значимой всеобщности... на основе гуманитарно-диалогической концепции он разработал свою методологическую парадигму постижения человека, культуры и мира...»⁴⁴.

Распространение визуальных систем коммуникации (кино, ТВ, интернет) привело к динамичному развитию экранной культуры, чья цель подчинена налаживанию продуктивной взаимосвязи всех членов социума, внеся в изучаемое понятие новые понятийно-оценочные составляющие. Во второй половине XX века понятие «диалогичность» вновь переосмысливается в ряде философских концепций, обозначенных термином «постмодерн». В частности, итальянский писатель Дж.Ваттимо в своем эссе «Конец модернизма» характеризует этот период как время исчезновения фундаментальной определенности по поводу человеческой природы и законов, управляющих историей и прогрессом. Это время, когда стремясь избежать «иррациональности общественных настроений», даже Второй Ватиканский собор (1962—1965) оставил за скобками тему единственности

⁴² Там же. С.156.

⁴³ Белоусова Т.В. Диалог как метод познания.-Курск: Курский государственный университет, 2008.// URL.: <http://www.scientific-notes.ru/pdf/005-07.pdf> (дата обращения: 19.07.2011).

⁴⁴ Скрипник К.Д.Философия. Логика. Диалог. – Ростов н/Д.: Изд-во Рост. Ун-та, 1996. С.8.

христианской философии, открывая тем самым новое пространство для диалога. Папа Римский Пий II актуализировал источники диалогического мышления в своей речи: «Верующие не могут не быть в тесном союзе с временем и современниками, их образ мысли и чувствования пронизаны временем, слепок которого – культура. Христиане должны уметь гармонизировать данные новых наук, теорий и открытий с христианской моралью и мыслью»⁴⁵. Но, как справедливо отмечают в книге Дж. Реале и Д. Антисери, современным неосхоластике нужна для этого известная мера свободы и мужества.

Однако, несмотря на то, что постмодерн как социологическая, историко-философская концепция внутри себя не однороден, общей тенденцией для всех его составляющих является, пожалуй, то, что он утверждает полную свободу человека, его личности и творчества, везде и во всем, без границ. Это достигается посредством того, что новая культура отвергает любые идеалы и объявляет бессмысленными попытки создать систему общечеловеческих ценностей и приоритетов. Рассмотренные выше теории диалога, созданные в 1920-е годы, в том числе и идеи М.М.Бахтина, некоторым образом переосмысливаются. К.А.Семенюк в статье «Номадологический проект Делеза и горизонты современной культуры» точно охарактеризовала условия, в которых осуществляется это переосмысление: «Бесконтрольно делящаяся и разрастающаяся, ризоморфная кочующая современная культура смешивает все ценности, традиции в их кошмарном симбиозе»⁴⁶. В этих условиях и бахтинская теория диалога, к примеру, весьма своеобразно соединяется с таким оригинальным прочтением Ж. Дерриды, чья теория деконструкции концептуализирует коммуникацию как процесс, в котором значения не фиксируются языковой системой, а свободно «плавают» в потоке речи. Подобный процесс описывает В.В.

⁴⁵ Цит. по: Там же. С.510.

⁴⁶ Семенюк К.А. Номадологический проект Делеза и горизонты современной культуры//Национальная философия в контексте современных глобальных процессов: материалы международной научно-практической конференции, 16-17 декабря 2010 г/ред. Лазаревич А.А.; Нац.акад.наук Беларуси, Ин-т философии.-Минск: Право и экономика, 2011. С.59.

Харитонов в статье «Диалогика М.М. Бахтина и проблема полипарадигмальности современной духовной ситуации», когда «вертикальная иерархия древа сменяется горизонтальной, структура диалога трансформируется по принципам ризомы и открывается навстречу в диалоге с другими голосами, точками зрения, текстами и т.д. Отношение к чужим высказываниям нельзя оторвать от отношения к предмету и от отношения к самому говорящему. Следовательно, понимающий становится частью осмысливаемого высказывания и сам для себя оказывается Партнером по диалогу»⁴⁷. В результате влияния постмодернистских тенденций бахтинский диалог получил название *открытого диалога*, понимаемого как совместный поиск на пути к большему пониманию, единству и неограниченным возможностям, а ризоматическая топология диалогичности представила *систему связей*, в которой каждый предшествующий элемент связан с последующим.

Со временем понятие «диалогичность», как показывает исторический анализ его развития, обретает новые содержательные характеристики. Расширение сущностных границ происходит в процессе развития и общения самого человека, по мере того, как люди находят новые способы взаимодействия между собой. Развитие техники и возможность обмениваться информацией на расстоянии, внесли в диалог новые составляющие, одним из которых стала *коммуникация между человеком и машиной*, чья цель подчинена налаживанию продуктивной, направленной на взаимообогащение и взаиморазвитие, а также на расширение взаимосвязей всех членов социума. Стоит предположить, что идея диалогичности также положена в основу концепции *интерактивности* технических устройств.

Особенность и влияние постмодернистского мышления на трактовку понятия «диалогичность» заключается в признании его «культурного полифонизма». Об этом также свидетельствует ряд сборников научных

⁴⁷ Харитонов В.В. Диалогика М.М. Бахтина и проблема парадигмальности современной духовной ситуации.// М.М.Бахтин: pro et contra.Творчество и наследие М.М.Бахтина в контексте мировой культуры.Т.2.-СПб: Изд.Русского Христианского гуманитарного института, 2001.С.302-303.

статей, вышедших в связи с активным исследованием проблемы диалога и диалогичности в конце XX – начале XXI веков⁴⁸. На основе их содержания можно утверждать, что современное отношение к диалогичности выстраивается на принципах, выработанных в рамках идей XX века: о глобальной взаимозависимости всех людей, демократии и правах человека, о культурном и языковом разнообразии, о влиянии языка власти на распространение социальных стереотипов, о дискурсивном формировании идентичности, познания и личности и т.д. Это, в свою очередь, подразумевает межэтнический, межвременной, межисторический, межконфессиональный и межкультурный диалог. Эту эволюцию осмысления понимания основных принципов диалогичности наглядно отображает Таблица № 1.

⁴⁸ Методология исследования диалога философских культур: общее и особенное. Материалы межвузовской конференции 24-25 апреля 1995г. – СПб. 1995.; Диалог в философии: Традиции и современность. Межвузовский сборник научных статей. – СПб. 1995.; Диалог о диалоге. – Саранск. Изд. Морд. универ., 1991; Диалог наук на рубеже XX-XXI вв и глобальные проблемы современности. Материалы постоянно действующей междисциплинарной научной конференции. Вавиловские чтения. – Йошкар-Ола, 1996; Диалог культур: XXI в. Материалы 2-ой международной научно-практической конференции. 17-19 октября 2001г. – Балашов, 2001; Культурная идентичность и глобализация. Доклады и выступления. (По итогам 5-го Международного философского симпозиума «Диалог цивилизаций: Восток-Запад». – М.: 2002; Вера-диалог-общение: проблемы диалога в церкви: Материалы международной научно-богословской конференции. (Москва, 24-26 сентября 2003г.) – М.: Свято-Филаретовский православно-христианский институт, 2004; Межкультурный и межрелигиозный диалог в целях устойчивого развития: Материалы международной конференции. Москва, Российская академия государственной службы при Президенте Российской Федерации, 13-16 сентября 2007 года/ под. ред. Егорова В.К. – М.: Изд-во РАГС, 2008; Национальная философия в контексте современных глобальных процессов: материалы международной научно-практической конференции, 16-17 декабря 2010 г/ Под ред. Лазаревич А.А.; Нац. акад. наук Беларуси, Ин-т философии. – Минск: Право и экономика, 2011; Диалог культур: поэтика локального текста. Материалы V Международная конференция, Горно-Алтайский государственный университет, 26-29 сентября 2016 г.

**Эволюция осмысления ведущих принципов диалогичности
в историческом контексте**

Исторический период	Ведущий принцип диалогичности
Первобытная эпоха	Безусловное принятие действительности
Древний мир	Логика построения беседы, аргументированность точки зрения, относительность истины, которая рождается в споре
Средние века	Всеобщая сопричастность
Эпоха Возрождения	Антропоцентризм, свобода и равенство в самовыражении
Новое время	Описание опыта, суждение и оценка; исключительность индивидуального самосознания, его субъективность
Новейшее время	Постоянное соотнесение себя с другими людьми как непрекращающиеся отношения с окружающим миром и условие формирования сознания и социализации; внутренняя полемика в рамках личности, многоплоскостность, многоаспектность и многовекторность системы социальных связей; поступательное расширение коммуникативных связей за счет развития технологий

Необходимо подчеркнуть, что принцип диалогичности используется и как метод познания, что позволяет современным ученым сочетать различные теории, методы и практики. Труды ряда философов, изучающих аспекты развития Постмодерна, свидетельствуют в пользу «бесконечного приближения к истине» вопреки ее «тотальности», что говорит о необходимости всегда поддерживать открытой дискуссию и воспринимать ближних как *со-творцов*, ведь истина только «голос в нескончаемом диалоге человечества ... и от иллюзии, что какой-то голос может господствовать над другими, следует заранее отказаться»⁴⁹. Опираясь на этот принцип, можно утверждать, что единого исчерпывающего определения «диалогичности» в настоящее время не существует. Терминологическое разнообразие в

⁴⁹ Цит.по:Реале Дж., Антисери Д. Западная философия от истоков до наших дней. Т.4.От романтизма до наших дней. --СПб:ОО ТК «Петрополис», 1997.С.749.

диалогической парадигме лишь подчеркивает тот факт, что данное явление *многоаспектно*. Суть исследуемого понятия, в его современном понимании, заключается в *многоплоскостном, полилинейном, разновекторном взаимодействии, создающем возможность включения в эту плоскость все новые и новые аспекты субъект-субъектных, а также объектно-субъектных отношений*. Под последними следует понимать имманентную связь, априори существующую между таким социальным институтом, как СМИ, и аудиторией, данном случае – между телевидением и зрителями.

1.2. Диалогические свойства экранной культуры

Современная экранная культура по отношению к XX веку переживает невиданный этап своего эволюционного развития, динамику которого обеспечивают инновационные технологические нововведения. Принципиальным аспектом является и то, что медиарынок, аккумулирующий в себе огромные массивы аудиовизуальной информации и иной экранной продукции, отныне развивается по нелинейному принципу, с опорой на многоплатформенность ресурсов распространения. Данный аспект оказывает существенное влияние и на телевидение как основного производителя и распространителя в различных медиасредах (радио, телевидение, интернет) экранной продукции, которая отныне рассматривается как продукт, имеющий в своей основе и коммерческие характеристики. Это также вносит коррективы как в стратегию репрезентации аудиовизуального произведения, так и в моделирование его содержания при производстве. Не последним, а возможно, и первичным фактором в этом процессе трансформаций является фрагментация аудитории, ее дробление на множество разнородных социальных групп, выступающих в роли целевой аудитории, что современные СМИ не могут не учитывать.

Говоря о продукте экранной культуры, следует учитывать, что под словом «продукт» в словаре С.Ожегова понимается какой-либо предмет как

результат человеческого труда (обработки, переработки, исследования)⁵⁰; «продукт» в маркетинговом значении этого слова представляет собой товар или услугу, которые можно предложить рынку для удовлетворения потребностей людей. Продукт экранной культуры это нечто, что можно рассматривать как *результат* определенных действий (создание телепрограммы) в процессе производства при отображении экранным способом реалий окружающего мира. Например, изображение, видеосюжет, анимация, тексты, инфографика, различного вида метаданные и т.д., то есть то, что создано электронными технологиями, где произведенная экранная продукция является следствием коммуникативной практики структурирования информации.

При анализе понятия «экранная культура» нельзя, разумеется, не отметить некую тождественность ее свойств с массовой культурой, что свойственно телевидению, другим экранным медиаресурсам на нынешнем, техногенном этапе развития и предопределяется целеполаганием создателей при производстве экранного продукта. Однако не в меньшей степени существенна включенность этого формирующегося явления как составной части в многозначное определение «культура». Отметим, что понятие «культура»⁵¹ является абстракцией очень высокого уровня. Его изучают многие науки, каждая из которых формулирует определение культуры в зависимости от аспекта рассмотрения. Ученые указывают на наличие более 500 определений этой дефиниции. Объяснением такого многообразия трактовок данного понятия, на наш взгляд, служит тот факт, что культура – крайне сложное и многогранное явление, выражающее различные и многоаспектные стороны человеческого бытия, и потому

⁵⁰ Ожегов С. Толковый словарь русского языка. //URL.: <http://www.slovopedia.com/4/207/667216.html> (дата обращения: 10.03.2013).

⁵¹ Слово «культура» (от лат. Cultura – культивировать или возделывать почву) в средние века обозначало прогрессивный метод возделывания зерновых, в XVIII – XIX вв. стало употребляться и по отношению к людям, отличавшимся изяществом манер и начитанностью, термин применялся главным образом к аристократам, чтобы отделить их от «некультурного» простого народа, а позже стал обозначать высокий уровень цивилизации//Клименко А.В., Румынина В.В. Обществознание. – М.: Дрофа, 2006.С.82-83.

данный феномен невозможно выразить через какую-либо одну универсальную трактовку, он относится к числу многозначных. С позиций диалогичности, понятие «культура» можно раскрыть следующим образом:

Культура представляет собой одновременно и процесс созидания, и продукт духовного производства, это возникшая в ходе эволюции человечества универсальная система по освоению, хранению и распространению знаний и духовных ценностей, способствующая духовной интеграции людей и формирующая духовный мир социума.

Каждая эпоха в ходе научно-технического прогресса, производит на свет новые формы культуры, которые лидируют на протяжении определенного временного этапа. Экранная культура в современном мире предстает как одно из основных средств обмена информацией, происходящего посредством символов и образов в виде экранных репрезентаций. Таким образом, экранная культура представляет собой некую *форму общения*, которая использует особый – *визуализируемый* тип коммуникации.

Этот тип коммуникации характеризуется и современными толковыми словарями, которые подчеркивают, что это культура будущего: «порожденный компьютерной революцией принципиально новый тип культуры, основным материальным носителем текстов которой, является не письменная речь, а «электронная книга», «экранная речь». Для данной культуры характерна экранная форма общения людей (свободный вход в мир информации), экранное мышление (строгая логика, быстрота, гибкость, реактивность, образность), экранная система обучения и управления. Экранная культура – культура будущего»⁵².

Американский социолог Д.Белл выделяет технологию как одну из главных сил, определяющих характер социального времени, которая

⁵² Толковый словарь обществоведческих терминов «Словарник»//URL.: <http://www.slovarnik.ru/>
Цит.по: Уразова С.Л. От «зеркала Нарцисса» к экранной реальности. ТВ в контексте трансформаций цифрового времени. Монография/ Литература по культуре и искусству. – М.: Изд-во «Русника», 2013. С. 194.

трансформирует не только наши социальные отношения, но и мировоззрение людей, порождая *новые формы социального взаимодействия*. В истории человеческой цивилизации ученые насчитывают несколько коммуникационных революций, говоря о которых, мы подразумеваем кардинальные преобразования общественных отношений из-за изменений в сфере обработки информации. Последняя из них – *компьютерно-информационная* (70-е гг. XX в.) – привела к настоящему информационному взрыву, воплотившему в жизнь философскую идею «общества будущего»⁵³. Отметим, что зародившаяся вместе с кинематографом в конце XIX века экранная культура, появиться ранее и не могла, так как для нее не было бы аудитории, которую составили скопления людей в городах в результате развития промышленности. К тому же, назвать эти массы «аудиторией» можно только после определенных социальных трансформаций, к примеру, после того, как трудовой люд стал получать за свою работу жалование, которое было выше затрат на удовлетворение потребностей первой необходимости. В «электронном обществе», как и в «племенную эпоху», вновь начинает доминировать устная коммуникация, но качественно иная, выражающаяся преимущественно в экранных формах. Она позволяет индивиду, по К.Э.Разлогову, ощущать не только последствия каждого своего действия, но, и это главное, наблюдать за действиями других людей, предоставляя фактически максимум информации о человеке.

Говоря о *взаимодействии и обмене* информацией «культурных миров», сменяющих друг друга в ходе исторических метаморфоз, теоретик

⁵³ Ей предшествовали *изобретение письменности*, позволившее фиксировать знания; *книгопечатание* подарившее возможность тиражировать информацию в отобранном, интерпретированном виде, а также, породившая новый тип культуры – «культуру зрения»; применение *электричества* на рубеже XIX-XX вв, как источника света, энергии и средств коммуникации (телефона, телеграфа, радио и ТВ), вызвало к жизни «массовое общество», т.е. в громадной степени *расширило социальные связи* и взаимодействия между людьми, многократно усилив то, что Э. Дюркгейм называл социальной плотностью общества (См. Белл Д. Социальные рамки информационного общества // Новая технократическая волна на Западе. – М.: Прогресс, 1986.С. 335; Щелкунова Е.С. Публицистический текст в системе массовой коммуникации.– Воронеж: «Родная речь», 2004-194 С.12; Уразова С.Л. О площадной экранной культуре и принципах формообразования ее продукта. Возвращение к истокам. //Медиаскоп. Электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. Ломоносова №2, 2011//URL.: <http://mediascope.ru/node/816> (дата обращения 22.03.2012).

массмедиа Н.Б. Кириллова подчеркивает, что *культурные взаимодействия* есть *акт коммуникации*, который предполагает наличие у *отправителя* сообщения *канала, по которому он передается*, и, наконец, *получателя*. Одно из определений коммуникации дает Е.С. Щелкунова, уточняя, что это «категория, обозначающая общение, при помощи которого «Я» обнаруживает себя в другом...»⁵⁴. Рассматривая культуру как процесс передачи разнообразной информации путем выражения мыслей и чувств, можно говорить о ней, как об осознанном или неосознанном, намеренном или спонтанном смысловом акте *социального взаимодействия – обмене* сообщениями, осуществляемом с помощью языковых конструкций и других знаковых систем, то есть всех тех элементов, что имеются в диалоге. Это подтверждают высказывания философа Г.Дебора: «Культура – это место поисков утраченного единства»⁵⁵, а также Н.Б.Кирилловой, подчеркивающей, что культура - это «некий свод «правил игры» коллективного существования, мир символических обозначений явлений и понятий, сконструированных людьми с целью фиксации и трансляции социально значимой информации, опыта, идей и представлений. Данная категория обозначает созданную людьми сферу существования и самореализации, источник регулирования социального взаимодействия и поведения»⁵⁶.

Основные же функции коммуникативного культурного процесса ориентированы на достижение эффективно развивающейся социальной общности при сохранении индивидуальности каждого ее субъекта. Иначе говоря, культура по своей сути - есть социальная коммуникация в массовом проявлении, обеспечивающая, по А.В.Соколову, «движение

⁵⁴ Щелкунова Е.С. Публицистический текст в системе массовой коммуникации. – Воронеж: «Родная речь», 2004.С.17.

⁵⁵ Дебор Г. Общество спектакля. – М.: Логос, 2000.С.99.

⁵⁶ Кириллова Н.Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. – М.: Академический проект, 2005// URL.: <http://www.twirpx.com> (дата обращения: 12.03.2012).

смыслов в социальном времени и пространстве»⁵⁷ и их направленность на взаимодействие с окружающим миром. Данные характеристики являются основополагающим свойством любой культуры. В этом плане экран, обладающий способностью передачи не только трехмерного воспроизведения окружающего мира, но и возможностью воспроизведения в виде образа четвертого измерения – времени, создает живописное и чувственно-эмоциональное отражение реальной действительности. Образные композиции сливаются со звуком в единый поток впечатлений (по Эйнштейну), а их последовательная цепь образует *повествование*. Появление экрана, согласно выводам Ю.П. Буданцева, послужило тому, что «внутренние переживания человека... могли передаваться теперь через отделившийся от человека и получивший возможность жить новой, высшей жизнью овеществленный образ»⁵⁸. Говоря об экране как техническом достижении человечества, нельзя не обратиться к высказыванию немецкого философа Ю. Хабермаса, отмечавшему, что «определенные цели и интересы содержатся уже в самой конструкции технического аппарата, а не навязываются изобретению извне»⁵⁹. Следовательно, создание экранного изображения можно рассматривать в качестве исторически-общественного проекта, направленного на реализацию масштабируемой коммуникативной функции, что позволяет рассматривать экранную культуру как принципиально новый способ коммуникации, порожденный компьютерной революцией и заключающийся в распространении информации через экраны, в том числе компьютерные, технологии. Однако, одним из важнейших признаков диалогичности экранной культуры является ее языково-символическая природа, представляющая как основа взаимодействия адресанта и аудитории. Знаки экранной культуры подразделяются на аудио

⁵⁷ Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации. Учебное пособие. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2002. С. 15.

⁵⁸ Буданцев Ю.П. Экранный образ.- М.:1993.С 25.

⁵⁹ Хабермас Ю. Техника и наука как «идеология». – М.: Праксис, 2007.С.52.

(обращенные к слуху) и визуальные (обращенные к зрению). Для людей зрение и слух – основные источники получения информации. Человек оперирует в своем сознании преимущественно зрительными образами, стремясь переводить в них и другие виды сообщений. И это не случайно.

Глаз – один из сложнейших органов человека, «световое окно» в мозг. Глаз вместе с мозгом образует зрительную систему, через которую поступает по разным оценкам от 70 до 80%⁶⁰ всей информации из внешнего мира к человеку. В центре сетчатки глаза количество рецепторов в десятки раз превышает периферийную часть поля зрения человека. Рамка экрана, ограничивая поле зрения, обеспечивает усиление функций внимания в центре воспринимаемого объекта, гарантируя четкость при восприятии объекта. Ухо – обеспечивает восприятие человеком звуковых колебаний. Взаимодействие звукового и зрительного рядов составляют главную особенность «риторики экрана». Звук в сочетании с изображением воспринимается сознанием человека, как единый зрительно-звуковой образ. Известный исследователь телевидения С.А. Муратов писал: «Нет никакого преимущества изображения перед звуком, никакого превосходства показа перед рассказом, никакого главенства глаза над ухом. Бесполезен спор о приоритете там, где речь идет о взаимодействии. Именно здесь скрыта магия экранного образа»⁶¹.

Соединение зрительно-звуковых элементов при формировании экранного образа основывается на *синэстетике*, то есть, по определению всемирно известного режиссера С.М.Эйзенштейна, на способности объединять ощущения. Именно под влиянием экрана, при его воздействии только на зрение и слух, возникают новые ощущения, например, образ новогодней елки и салюта дарит зрителю праздничное настроение. При этом, образное изображение на экране является знаком. Знаки – это абстракции.

⁶⁰ Восприятие информации человеком зависит от степени развитости соответствующих органов чувств и является индивидуальной характеристикой каждого человека. (См.:Розов Б.С. Телевидение: Учебное пособие, ГАСБУ. – М., 1997.С.11.). – *Прим. авт.*

⁶¹ Муратов С.А. Телевизионное общение в кадре и за кадром. – М.: Аспект Пресс, 2007.С.14.

Философ У.Эко писал: «Сообщение есть знаковая форма, которую можно наполнить разным содержанием»⁶². Иначе говоря, смысл не может быть установлен априорно, он связан с бесконечно изменчивыми комбинациями и извлекается пользователем средств массовой коммуникации, к примеру, из актерского поведения в фильме. Однако, аудитория - *есть активный субъект производства смысловых значений*. Если принять это положение за основу, можно утверждать, что получая сообщения посредством экранных средств (ТВ, интернет, киноэкран), человек практически имеет дело лишь с постоянно интерпретируемой им самим и перерабатываемой во внутреннем диалоге информацией в контексте своей социальной среды. Нидерландский лингвист Т.Ван Дейк отмечал, что индивидуальные условия истолковываются как части общих моделей обстоятельств, которые формируются и понимаются с использованием обобщенного опыта и под влиянием стереотипных социальных установок. Таким образом, медиатекст является структурной единицей простейшего акта общения. При этом он порождается не столько распространяющим его коммуникативным каналом и существует сам по себе (обладает объективными характеристиками), сколько возникает *между* автором и аудиторией, реализуясь в полной мере в момент контакта с реципиентом, т.е. актуализируется в диалоге.

Процесс «обмена символами», влияющий на «сеть социальных связей», ученые подразделяют на несколько исторических этапов, в зависимости от степени развития информационных технологий. Первый этап, когда диалогические отношения строились на устном коммуницировании, лицом к лицу, при этом знаки соответствовали жизненным реалиям. Второй – это этап письменного общения, «когда знаки представляли определенные концепции». В настоящее время, в период динамичного развития экранной культуры, мы находимся, согласно Ф.Уэбстеру, на новом этапе «электронного обмена сообщениями», символы «подделывают

⁶² Эко У. О членениях кинематографического кода.//Строение фильма. Сборник статей. – М.: «Радуга»,1985.С.84-86.

действительность», а «личность вовлечена в непрерывный процесс одновременного становления многих идентичностей»⁶³.

Современному человеку сложно представить свою жизнь без средств экранной культуры: мобильных телефонов, планшетов, ноутбуков, телевизоров. На этапе становления информационного общества телекоммуникации и информационные услуги претендуют на введение в «потребительскую корзину». Современную культурную ситуацию, формируемую «состоянием медийных продуктов и процессов», французский философ Ж.Бодрийяр характеризует как атмосферу постмодерна «с его настырным стремлением разрушить устойчивые ценностные иерархии и побудить *homo sapiens* включиться в некую всеохватную гиперигру»⁶⁴, в которой все менее удастся освободиться от вмешательства многочисленных «посторонних». Символично, что при анализе любой современной социокультурной ситуации Бодрийяр усматривает *повсеместное* присутствие *вездесущего* экрана: это и киноэкран, и экран телевизора, и монитор компьютера, и «видеостена», и рекламный дисплей. Такая оценка ученого связана с тем, что экранная культура на современном историческом этапе способна удовлетворить практически любую потребность в информации, общении и развлечении, в связи с чем человек постоянно находится под воздействием непрерывных потоков аудиовизуальной информации. Исследователь П.К. Огурчиков характеризует степень проникновения экранной культуры во все области жизни социума понятием «тотальность». Распространение экранной культуры объясняется и тем, что она обеспечивает быстрое восприятие и обработку больших объемов разнохарактерной информации. Востребованность экранного образа медиатеоретик С.Л. Уразова связывает непосредственно с фактором скорости информирования и наглядности. Благодаря этим свойствам, экранной культуре нет равных по степени эффективности обмена «сообщениями».

⁶³ Уэбстер Ф. Теории информационного общества. – М.: Аспект Пресс, 2004. С.344.

⁶⁴ Бодрийяр Ж. Город и ненависть// URL.: <http://www.twirpx.com> (дата обращения: 12.03.2015).

Об ускоряющем с каждым годом темп процессе *визуализации*, благодаря которому экранная культура создает коммуникационное пространство, отличающееся повышенной динамикой и эффективностью восприятия экранного продукта, свидетельствуют и статистические данные, подчеркивающие, что объем информационных ресурсов во всем мире возрастает экспоненциально: так в 2000 году он составлял 15 эксабайт (15 000 000 Гбайт), а к 2015 году до 9,3 сексибайт (9 330 000 000 000 Гбайт). По расчетам аналитиков, только за 2006 год мировым информационным сообществом было создано около 161 эксабайт (миллиарда гигабайт) цифровых данных. Этот объем в три миллиона раз превышает количество информации, которая содержится во всех книгах, изданных за всю историю человечества⁶⁵. И процесс аккумуляции информации продолжает нарастать. Как отмечает искусствовед Н.Л.Горюнова, в течение суток мы получаем столько информации, сколько наши предки не видели за год. С учетом того, что пропускная способность волокна зрительного нерва почти в семнадцать раз превосходит пропускную способность нервного волокна слухового аппарата, по подсчетам ученых, каждый из нас сошел бы с ума, если бы мы употребляли «в дело» всю информацию, получаемую в результате 100.000 зрительных фиксаций за день. Однако психологи доказали, что при атаке человеческого мозга, равной 3600 изображений в минуту, он отреагирует лишь на один. Любой образ, прежде чем поступить в наш мозг для осознания, проходит сложный процесс «обработки» со стороны зрительной мускулатуры. Кроме того, в мозг человека вложена своеобразная система защиты от перегрузок, это возможность концентрировать внимание на лишь интересующих его объектах, т.е. *выделять главное – фильтровать* сигналы. Принцип экономии мышления, согласно теории познания Э.Маха⁶⁶, заставляет наш организм целесообразно направлять психическую активность, сосредоточивать внимание на сведениях, субъективно *значимых в данный*

⁶⁵ Сергеев А.Н, Сергеева А.В. Аудиовизуальные технологии обучения.— Тула: Издательство ТГПУ им.Л.Н.Толстого, 2009.С.8.

⁶⁶ Теория познания по Эрнсту Маху. URL: <http://vikent.ru/enc/5765/> (дата обращения: 12.02.2017).

момент для получателя, и пропускать то, что не представляет ценности. Многоступенчатая система обстоятельств и причин, являющихся определяющими факторами при отборе человеком информации, выявлена при изучении экранной продукции и представлена в Таблице № 2.

Таблица № 2

Факторы отбора экранной информации

Фактор классификации	Содержание
Психологический	Индивидуальная предрасположенность к восприятию той или иной информации (идей, знаний, норм, ценностей)
Социальный	Принадлежность к социальной группе с ее нравственными, политическими, возрастными и прочими нормами
Содержательный	Значимость (актуальность, информативность, «интересность») информации, влияние лидеров мнений на распространение и оценку информации
Функциональный	Соотношение цели материала потребности индивида (отдых, развлечение, получение информации и пр.)
Фактор способа подачи материала	Возможность захватить внимание индивида «подачей». Жанр медиапродукта, динамика, темп развития сюжета, драматургия, оформление, подбор героев и пр.
Технический	Качество изображения
Фактор окружения	Возможность беспрепятственно потреблять медийный продукт (наличие времени у индивида, комфортность бытовой и психологической атмосферы и пр.)

Материал обобщенный в таблице № 2 позволяет сделать вывод:
восприятие человеком экранного образа - не есть механическое

регистрация элементов, ограниченная способность медиасредств влиять на сознание человека свидетельствует об установлении равноправного партнерского взаимодействия, осуществляемого между экраном и человеком, что является характерной чертой диалогических отношений.

Важно отметить влияние на образование данной системы процесса расширения и усложнения информационных потребностей общества в новых условиях. Исходя из утверждения советского психолога А.Н. Леонтьева, согласно которому «развитие потребностей происходит через развитие их объектов»⁶⁷, можно утверждать, что распространению экранного продукта способствовало появление *телеэкрана*. Телеэкран, как первая модификация большого киноэкрана, сократил расстояние между зрителем и происходящим на экране, что еще больше демократизировало процесс потребления: *телеэкранная продукция* стала востребованной *круглосуточно*. Дальнейшее развитие телевидения, обеспечившее обилие каналов и телепрограмм, передвинуло ТВ с позиций уникального СМИ в обыденное явление.

Телевидение довольно быстро заняло лидирующие позиции *по охвату аудитории* и, сильно потеснив другие СМИ, с середины 60-х годов XX века стало доминировать в сфере медиа. Телепроизводством, в настоящее время, занимаются сотни отечественных столичных и региональных телекомпаний. Если в 2006 г. сделать подсчет выручки участников рынка рекламы и телеконтента в Российской Федерации, как отмечает медиатеоретик Е.Л. Вартанова, не представлялось возможным, хотя, исходя из предположений, он «уже измерялся миллиардами»⁶⁸, то в первом полугодии кризисного 2016 года объем заказов рекламы на российских телеканалах составил измеримую

⁶⁷ Леонтьев А.Н. Потребности, мотивы и эмоции. – М.: Изд-во Моск. Ун-та, 1971. С.3.

⁶⁸ Вартанова Е. Л. Телевидение в России в 2015 году. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад. – М.: МГУ им.Ломоносова: 2016. С.84.

сумму – 71,5 миллиардов рублей, это без НДС⁶⁹. Приведенные данные свидетельствует об усложнении трансформационных процессов в сфере телевидения как социального института, так и медиарынка в целом, где фигурирует огромный массив информационных потоков, которые в том или ином виде основываются на диалогических отношениях.

Появился новый термин – «медиаотрасль», обозначивший электронное вещание как сферу производства, имеющую не только социальные, политические, идеологические, но и бизнес-задачи. М.Адорно и Т.Хоркхаймер разработали концепцию «индустрии культуры», согласно которой культура к середине XX века превращается в одну из областей индустрии⁷⁰. В этих условиях продукт экранной культуры, т.е. *аудиовизуальное произведение, формирующее экранный образ*, трактуется, прежде всего, как ведущая форма товара. В современном «обществе изобилия» изменяется и отношение к понятию «потребление», которое ранее было синонимично словосочетанию «удовлетворения потребностей», но теперь, по замечанию Ж.Бодрийяра, оно навязывает иные «жизненные формы и стили», представляющие собой «неосознаваемую структуру социальных связей», выраженную в знаковых объектах – товарах. *Потребление* для индивида теперь психический *процесс выбора* в обновлении бытовых вещей⁷¹, в который включен и продукт экранный. В начале своей книги «Общество потребления» ученый описывает суть нового социального явления, заключающегося в подмене традиционного общения стремлением к получению растущих в геометрической прогрессии всевозможных благ. К подтверждению этого наблюдения, в некоторой степени, можно отнести и высказывание художника Э.Уорхола: «Когда у

⁶⁹ Омахиль М. Телереклама в России: FMCG набирает обороты.//URL: <http://www.sostav.ru/publication/telereklama-v-rossii-fmcg-nabiraet-oboroty-23556.html>

⁷⁰ См.: Бодрийяр Ж. Общество потребления. – М.: Республика: 2006. С.5.

⁷¹ По словам Бодрийяра, потребление это «не материальная практика... не определяется ни пищей, которую человек ест, ни одеждой, которую носит, ни машиной, в которой ездит, ни речевым или визуальным содержанием образов или сообщений, но лишь тем, как все это организуется в знаковую субстанцию: это *виртуальная целостность всех вещей и сообщений, составляющих отныне более или менее связный дискурс*». (Бодрийяр Ж. Общество потребления. М.: Республика: 2006. С.4.) – Прим.авт.

меня появился первый телевизор, я перестал придавать большое значение близким отношениям с другими людьми»⁷².

С распространением экранной культуры на смену личным неформальным отношениям приходят и более обезличенные связи в составе многочисленных и разнородных общностей. Так, при всей «массовости» экранного продукта, Л.П.Саенкова отмечает очевидную особенность его потребления, которую исследователь медиа иронично называет «уединенный экран»: увлекая, он способствует отрешенности зрителя от окружающего реального мира⁷³.

Несмотря на бурное развитие интернета, согласно опросу международной компании Nielsen (55 стран), ТВ продолжает оставаться самым популярным «экраном»⁷⁴. Современный россиянин из всех продуктов экранной культуры также отдает предпочтение телепрограммам. Таким образом, определяющей составляющей экранной культуры на этапе продвижения человечества к информационному обществу на первый план выходит телевизионный продукт. И если, по данным НИИ Радио и Минкомсвязи, до 2009 года только 33% населения, проживающие в удаленных районах России, принимали пять и более телеканалов, а 1,5 миллиона в 10 000 труднодоступных населенных пунктах вообще не знали что такое телевидение⁷⁵, то теперь ситуация меняется в связи с реализацией Федеральной целевой программы «Развитие телерадиовещания в Российской Федерации на 2009-2018 годы». Внедрение единой цифровой платформы для эфирного телевидения обеспечит российскому населению предоставление в бесплатном доступе 20 ведущих телеканалов⁷⁶. Однако, замена аналоговой платформы эфирного ТВ на цифровую не единственный показатель

⁷² Цит: Скрабина Т. Фабрика Энди Уорхола.// STORY, 2012, №8 (50),С.143,136.

⁷³ Саенкова Л.П. Массовая культура:эволюция зрелищных форм. Мн.:БГУ,2003. С.80-81.

⁷⁴ Согласно исследованиям «Левада-центра», среди средств экранной культуры, которыми люди пользуются как источником информации в 2015 г. на телевидение указали 56% опрошенных, остальные - на Интернет. (Куштапин М.Примите сигнал. Российская газета № 6733 (162) от 23.07.2015.// URL.: <https://rg.ru/2015/07/24/volin.html> (дата обращения: 5.12.2015).

⁷⁵ Ильченко С.Н. Система жанров отечественного телевидения и ее трансформация в условиях глобализации информационного пространства.Ч.1. – М.,2012. С.15.

⁷⁶ РТРС. Цифровое эфирное телевидение//URL.: <http://moscow.rtrs.ru> (дата обращения: 15.08.2016).

востребованности экранной продукции. В России активно формируется как кабельное и спутниковое телевидение⁷⁷, так и различные сервисы в Интернете (каналы ТВ on-line, видео по запросу, интернет-вещание, IPTV и т.д.). В итоге потребители могут просматривать экранную продукцию на любом медиаустройстве (телевизор, различные виды гаджетов и мобильных устройств), что приведет в итоге к многоэкранному смотрению, а термин «телевидение» будет заменен на понятие «телесмотрение»⁷⁸. Таким образом, локальный характер обеспечения российского населения приема экранной продукции значительно увеличится, как значительно возрастут и объемы экранных коммуникаций.

Тем не менее, несмотря на трудности переходного периода, ТВ остается одним из наиболее востребованных и доступных средств массовой информации в современном обществе, охватывающим и те слои населения, которые остаются за рамками влияния других средств массовой коммуникации. Это, в частности, подтверждает исследование аналитического центра «Видео-интернешнл», согласно которому, в 2015 году 40% опрошенных не представляют свое утро без телевизора, а 46% – по возвращении домой с работы сразу включают телевизор, смотрят телевизор в кровати перед сном – 61% респондентов, а 23% не могут заснуть без того, что бы он был включен. При этом домашние дела под включенный телевизор делают 64% опрошенных граждан, а 50% респондентов смотрят телевизор во время трапезы, 53 % россиян обычно включают телевизор во время пребывания дома⁷⁹.

Приведенная статистика позволяет утверждать: пристрастие пользователей к включенному экрану достаточно велико, и *телепродукты* являются одной из главных составляющих медиарынка. Это объясняется не

⁷⁷ По данным «Стратегии развития телерадиовещания в Российской Федерации до 2025 года», разработанной Минкомсвязи РФ, при учете востребованности населением телепрограмм в отрасли доля эфирного ТВ занимает 36 %, доля кабельного ТВ – 33 %, а спутникового ТВ – 31 %. – *Прим. авт.*

⁷⁸ Там же. С. 3.

⁷⁹ Телевидение глазами телезрителей// грамматика и пунктуация, а также, 2015.С.43.

только потребностью в информации и отдыхе, но и недостатком впечатлений и общения. Посредством телевидения, как отмечает И.М. Дзялошинский, люди оказываются «встроенными во все более всеохватную и быстродействующую коммуникационную сеть»⁸⁰. И так как телепросмотры сочетаются с активным бытом, телевидение предстает не просто как важнейшая часть повседневности, но становится средой бытования человека. Этот постоянно присутствующий фон телеэкрана, с которым привычно взаимодействует индивид, оказывает существенное воздействие на его духовно-интеллектуальный потенциал.

Каждый выход телепродукта в эфир рассчитан на целевую аудиторию. Но телевидение не может позволить «выбрасывание» во внешнюю среду информации, сообщений, «сигналов» без учета адресата. Среди разных концептуальных трактовок понятия «массовой аудитории» обратимся к определению теоретика СМК М.А.Василика, который рассматривал это понятие как «случайное объединение людей без учета их возрастных, профессиональных, культурных и иных интересов»⁸¹. С учетом того, что любой продукт экранной культуры вступает в конкурентные отношения, создатели телепрограмм понимают, что должны выиграть соревнование, привлечь определенную часть телезрителей. Маркетинговое исследование рынка потенциальных потребителей позволяет создателям контента при использовании информации об интересах аудитории (образование, гендерное соотношение, финансовое положение и пр.) формировать определенные критерии специфических компонентов содержания телепродукта для удержания целевой аудитории и привлечения новых зрителей⁸². Из вышесказанного следует, что адресант готовит коммуникативный акт задолго до запуска медиамессенджа, а потенциальный

⁸⁰ Дзялошинский И.М. Российское телевидение: противостояние матриц. // Вестник ВГИК, №8, 2011. С.114.

⁸¹ Василик М.А. Основы теории коммуникации. – М.: Гордарики, 2002. С.148.

⁸² К примеру, для эффективного взаимодействия с аудиторией необходимо знать, во сколько современный ребенок ложится спать, чтобы определить время показа передачи «Спокойной ночи, малыши». – *Прим. авт.*

адресат становится его участником еще до начала непосредственного взаимодействия. То есть, в практике подготовки телепрограмм, воздействие адресата на диалогическое взаимодействие начинается вообще за ее пределами. При этом постоянное косвенное влияние телезрителей на производителя экранного продукта (журналиста) является, по сути, скрытой *обратной связью*, которая превращает коммуникацию в двусторонний процесс – диалог, позволяя каждой из сторон корректировать свои действия и целесообразно отношению друг к другу.

Таким образом, в контексте становления экранной культуры заложена скрытая форма взаимодействия, характеризующая, что индивид, будучи потенциальным телезрителем, органично включен в процесс массовой коммуникации, одновременно участвуя в микрокоммуникационных взаимодействиях. «Вторгаясь» в объективную реальность человеческого бытия, экранная продукция «подключает» каждого индивида к восприятию экранных образов, открывая новую эру в области информатизации, и в то же время служит механизмом формирования общего социального пространства, выступая одним из факторов реализации «теории диалога», разработка которой велась М.Бубером, М.Бахтиным, Э.Левинасом, Ю.Лотманом, В.Библером, многими другими исследователями. Все это позволяет охарактеризовать экранную (аудиовизуальную) культуру как *новую коммуникативную парадигму, дополняющую традиционные формы общения* между людьми.

1.3. Специфика телевизионного диалога в рамках взаимодействия «экран-зритель»

Телевидение, как ведущее экранное средство массовой информации априори имеет свою диалогическую специфику. Знание и рациональное использование диалогических свойств дает ТВ возможность вырабатывать стратегии по созданию медиапродукта, отвечающего практически всем требованиям современной аудитории. Под диалогическими свойствами ТВ понимаются такие особенности, посредством которых осуществляется

взаимодействие между зрителем и телеэкраном, т.е. механизмы, с помощью которых реализуется специфическая⁸³ форма внеличного общения, выраженная в качестве диалогического взаимодействия экранного продукта и зрителя.

*Диалогические отношения – одно из ведущих понятий концепции диалогизма, которое рассматривалось философами XX века (М.Бубер, М.Бахтин, Э.Левинас и др.) как разносторонняя и многоуровневая связь человека с окружающим миром. Содержание этой связи в философии диалога, представлено диалогическими отношениями «Я и Ты»/«Я и Другой», под которыми понимается любое взаимодействие индивида с другим себе подобным и окружающим миром. В данном контексте, при анализе диалогической связи «экран-зритель», потребитель телепродукции понимается как личность и субъект собственных переживаний, представляя философскую категорию «Я», категорию «Ты» или «Другой», которая обозначает то, что «не является мною», но обосновывается как *подобный и равный мне* субъект, обладающий свойствами личности, что и представляют экранные образы героев телепрограмм.*

*Основной движущей силой мотивации субъектов к началу диалога, признается их *взаимная активность и направленность друг на друга*, которую диалогисты рассматривают как *требование познать и постичь Другого, также жаждущего быть познанным и постигнутым*. Следовательно, основой взаимодействия «экран-зритель» с самого начала служит некий «взаимный интерес», который в процессе диалога может либо возрасть, либо угасать. Обратим внимание и на то, что истории, которые рассказывает и показывает телевидение, не существуют вне людей. *Антропоцентризм*, представляющий собой особое свойство восприятия образа в звуковом и зрительном пространстве, действует в обеих плоскостях получения телевизионной информации: невербальной (зрительной) и*

⁸³ Под *спецификой* (от лат. *specificus*-особенный) понимаются сущностные признаки, свойственные данному явлению, отличающие один субъект от другого. – *Прим.авт.*

вербальной (словесной). Зритель воспринимает звук и изображение с экрана *активно и комплексно*, а не как однородную совокупность шумов и картинок. Кроме того, человеческий слух и глаз в первую очередь ищет на экране присутствие человека. Таким образом, фигура человека является центричной, т.е. центром притяжения внимания, она организует медиасреду. *Заинтересованность в Другом*, говоря словами М.М. Бахтина, выступает как потребность и единственная возможность обрести смысл существования через разделенное слово и разделенный мир. Таков *один из ведущих признаков диалогичности ТВ*. Это свойство отметил еще в 50-е годы XX века журналист В.Саппак, обративший внимание на то, что специфика телевидения даже не на экране, а за экраном, «в домашних тапочках»: «Я пью чай, а на экране Кеннеди... в окружении несметного числа фото- и кинокорреспондентов принимает присягу, вступает на пост президента США»⁸⁴. Как отмечает специалист по истории ТВ Н.А. Голядкин, делаясь своим замечанием о том, что телевидение захватывает нас «врасплох среди обжитых вещей, в домашней незащищенной настройке души», Саппак раскрывает особое свойство этого СМИ, а именно способность формировать *«интимность на расстоянии»*. В итоге момент «раздумий у телевизора» превращается в своеобразную «задушевную беседу» с экраном, – и это всегда диалог, а не монолог.

Другим важнейшим компонентом диалогического взаимодействия является *речевое общение*. По Бахтину, человек может постигать мир совместно с другим человеком только через разделенное с ним слово. Социальная сущность ТВ выдвигает на первый план фактор *адресата* речи. Следует отметить, что при взаимодействии зрителя с телеэкраном происходит передача информации буквально «из уст в уста». И слово на телеэкране совместно с изображением выступает ведущим средством общения со зрителем. Телеобраз является общей для социума *системой знаков и правил, с помощью которых происходит кодирование и*

⁸⁴ Саппак В. Телевидение и мы: Четыре беседы. – М.: Аспект Пресс, 2007. С.8.

декодирование информации. В ходе такого взаимодействия, индивид получает знания об окружающей социальной среде, осваивает производственные навыки, нормы поведения и накопленные обществом культурные ценности, что также является свидетельством диалогического общения. Посредством ТВ в ходе диалогических отношений происходит подключение индивида к социальной общности, приобретение им социокультурного опыта, иначе говоря, совершается *процесс социализации личности*. Исходя из специфики экранной культуры, где трансляция образа является ведущей характеристикой процесса социализации (желательно, и инкультурации), телевидение создает иллюзию прямого контакта с человеком на экране. Крупный план, как писал С.А.Муратов, «самая сердцевина образа»⁸⁵.

Советские теоретики рассматривали телевизор как «рентген характера», и это имело свое обоснование: экран приближает к нам лицо человека, позволяя «заглянуть в глаза» тому, кто нас «учит жить». Лик Другого, по Э.Левинасу, характеризуется своей наготой, в отличие от скрытого внутреннего мира индивидуальности. Лицо являет собой открытость субъекта миру, его готовность к диалогическому взаимодействию. Чужие сознания, по М.М. Бахтину, нельзя созерцать, анализировать, определять как вещи – с ними можно только диалогически общаться. Именно посредством телеэкрана личность постигается в диалогическом проникновении. В отличие от анонимности радио или газетного сообщения, которые даже с указанием автора редко ассоциируются у индивида с конкретным человеком, за исключением известных медийных личностей, телевизионный персонаж, ведущий или журналист в студии – всегда открыт для внимания и формирует отношение к себе, – он нам либо нравится, либо нет, вызывает или не вызывает доверие. В итоге, телезритель всегда выстраивает, так или иначе, свои субъективные представления о тех, кто фигурирует в телепрограмме. Таким образом, *персонификация*

⁸⁵ Муратов С.А. Телевизионное общение в кадре и за кадром. – М.: Аспект Пресс, 2007. С.84, 109.

телевизионного сообщения – еще одна из важнейших диалогических характеристик телевидения. Анализируя первые информационные телепрограммы, Саппак, в частности, писал о том, что телеведущая В.М.Леонтьева раньше других угадала, как нужно говорить в камеру: «Леонтьева говорит не в пустой объектив. Она чувствует не только жанр передачи, но как бы само «настроение зрителя»... Ее собеседник – человек умный и легкий, он наделен чувством юмора...»⁸⁶. Следовательно, вопрос о том, какой представляет ведущий или журналист в своем воображении аудиторию, является крайне важным.

Диалогичность медийного текста, с его сутью авторского послания, реализуется в таком свойстве, как *«индивидуализация телесмотрения»*. Человек у телеэкрана понимает, что вместе с ним данную программу смотрят миллионы людей, и, тем не менее, любое обращение воспринимается, как обращенное непосредственно к нему. Включая зрителя в контекст восприятия телевизионных сообщений с учетом всей совокупности его психологических возможностей, телевидение способно вызывать глубокий эмоциональный *отклик* у индивида, находящегося по ту сторону экрана. Отметим, что психика – это высшая форма *отражения* окружающего мира, сформировавшаяся у человека в ходе эволюции сознания. Как отмечает В.В. Красных, психические явления (ощущения, представления, понятия) есть «снимки действительности»⁸⁷. Сознание развивается в ходе практической деятельности человека, а также в общении индивида с другими людьми. А потому самосознание – есть определенная проекция сознания общественного, но вместе с тем, имеет место быть и «обратное» влияние, когда образы индивидуального сознания становятся доступны социуму. Обращенное к слушателю слово, в том числе с экрана телевизора, изменяет восприятие индивида, заставляя его смотреть, думать и чувствовать совсем иначе, нежели это было некоторое время назад, когда он «следовал своим путем»,

⁸⁶ Саппак В. Телевидение и мы: Четыре беседы. – М.: Аспект Пресс, 2007. С.53.

⁸⁷ Красных В.В. Основы психолингвистики и теории коммуникации. – М.: «Гнозис», 2001. С.58.

мотивируя человека на преодоление чувства собственной отчужденности. Диалогические отношения - это, в числе прочего, и *реагирование* слова на слово. В данной ситуации, под «реагированием» понимается ответное речевое действие, в котором известный филолог-русист Т.Г.Винокур усматривала *двойную взаимозависимость*, выраженную в одновременном воздействии на ожидания слушателя как эффекта предощущения и угадывания коммуникантом реакции слушателя. Эта двойственность восприятия свидетельствует о том, что «наше собственное языковое выражение оказывает на нас самих не меньшее воздействие, чем на других»⁸⁸. Слушатель, воспринимающий высказывание, ассимилирует его в своей концептуальной системе, поскольку «столкновение с иным словом пробуждает критическую силу» даже в том случае, «когда речь идет о самых удаленных и безразличных вещах: почти каждое предложение... чуждое вам по духу, вызовет в вас большее или меньшее неудовольствие, а некоторые высказывания вас даже возмутят»⁸⁹.

Перед получившим сообщение человеком, сиюминутно возникает потребность переработать обращение к нему с экрана в свои идеи, мысли, слова, и, погружаясь умозрительно в этот процесс, он будет *исходить из своего собственного опыта*. Мыслитель О.Розеншток-Хюсси, в своем понимании диалогической природы человеческого бытия, обращает особое внимание на значимость «говорения» в рамках *выражения своей индивидуальности* и своего «Я». Личность, по Розенштоку, это «человек отвечающий». «Отвечаю, хотя меняюсь», данный афоризм этот исследователь ставит на первое место, соотнося его с крылатой фразой Декарта – «мыслю, следовательно, существую»⁹⁰. Участие в формулировании собственной мысли, включая ее публичное представление, имеет

⁸⁸ Винокур Т.Г. Говорящий и слушающий. Варианты речевого поведения. – М.:Наука, 1993.С.91.

⁸⁹ Демьянков В.З. Тайна диалога: (Введение)// Диалог: Теоретические проблемы и методы исследования. – М.: ИНИОН РАН, 1992. С.10-44//URL.: <http://www.infoler.ru/Taj.html>(дата обращения 19.08.2011).

⁹⁰ Цит.по: Бонеекая Н.К.Бахтин в 20-е годы.//М.М.Бахтин: pro et contra.Творчество и наследие М.М.Бахтина в контексте мировой культуры.Т.2. – СПб: Изд.Русского Христианского гуманитарного института, 2001.С.175,177.

существенное значение для выражения личной индивидуальности. Немецкий философ Г.Риккерт обратил внимание на важное свойство присущее человеку стремящемуся обнародовать свое мнение: «Суждение не потому истинно, что выражает то, что есть. Его ценность в том, что оно формулируемо мной»⁹¹. Способность человека реагировать на окружающую среду в природе формирует, оттачивает механизмы сосуществования. Ни один простейший организм, без этого, не мог бы добыть питания из окружающей среды, а значит и выжить, что, по Бахтину, означает: жизнь как таковая - есть ответ окружению, *способность отвечать* ему. Возможность высказывать свое неповторимое суждение по различным аспектам жизнедеятельности обеспечивает плюрализм мнений, на чем основывается и информационное общество, и принцип построения телепрограмм разговорного жанра.

В отличие от примитивных организмов, способных отвечать только жестко запрограммированным способом (к примеру, гидра будет реагировать на свет всегда одним и тем же образом, растягиваться или сжиматься), социальные коммуникации выстраиваются, как правило, на *непредсказуемых ответах*. К.Кларк и М.Холквист пишут, что «разница между тем, как Джон Смит,отреагирует даже на такую стандартную ситуацию, как стрельба, и как совершенно иначе ответит на нее Дэвид Джонс, демонстрирует разнообразие видов индивидуальных человеческих реакций на окружение. Особенность каждого “ответа указывает на специфическую форму ответственности” личности»⁹². Каждый индивид способен быть неповторимым, и это делает уникальным человеческий род. Но есть и то, что объединяет все живые организмы, — у них *нет возможности уклониться от «отвечания»*. *Неизбежная позиция «ответности-ответственности»* человека, живущего в соцуме, обозначена Бахтиным в качестве категории «не-алиби в бытии», тем

⁹¹ Цит.по:Реале Дж., Антисери Д. Западная философия от истоков до наших дней. Т.4.От романтизма до наших дней. — СПб:ТОО ТК «Петрополис», 1997.С.285.

⁹² Кларк К.,Холквист М.«Архитектоника ответственности»//М.М.Бахтин: pro et contra.Творчество и наследие М.М.Бахтина в контексте мировой культуры.Т.2. — СПб: Изд.Русского Христианского гуманитарного института, 2001.С.40-41.

более, что обращение к человеку находится вне его контроля. В целом, *процесс адресования* можно охарактеризовать как вторжение в мышление другого индивида и навязывание того, что существует за его пределами при принуждении к слушанию. Таким образом, в речевой коммуникации заключен элемент авторитаризма, агрессивности, и, первую очередь, это *требование* быть услышанным. Человек *не может уклониться от общения с теми, кто обращается к нему*, встречаясь на его пути, и таким образом, он *обречен* на ситуацию диалога. «Услышанность, как таковая, является уже диалогическим отношением», – считает психолог Т.А.Флоренская. «[Уделить] внимание означает принятие в себя другого человека через его слова, поведение, эмоции. Это значит – разделить то, чем живет человек»⁹³. В не меньшей степени принудителен и телеобраз. Зрители смотрят телевизор гораздо больше времени, чем планируют. В частности, П. Танненбаум, один из авторов теории конгруэнтности, уточняет: «Меня неизменно смущает тот факт, что даже во время интересной оживленной беседы, если рядом работает телевизор, я непременно поглядываю на экран. Это происходит помимо моей воли»⁹⁴. Данное наблюдение также свидетельствует о высокой степени диалогичности телевизионного образа, о наличии диалогических отношений в коммуникативной связи «экран-зритель».

Телевидение показывает то, что происходит *здесь и сейчас*. (В отличие, к примеру, от фотографии, которая, хотя и документально, фиксирует реальность, показывая то, что было *там и тогда*). Событие на экране, обращенное к духовному и чувственно-эмоциональному миру человека заставляет зрителя *сопереживать*. Происходящее на экране телевизора неизменно вызывает у зрителя ощущение личного присутствия на транслируемом событии, – и это делает телевизионное изображение особенно достоверным, документальным. Транслируясь параллельно с живой

⁹³ Флоренская Т.А. Диалог в практической психологии. Наука о душе// URL.: <http://www.twirpx.com> (дата обращения 12.03.2012).

⁹⁴ Цит.по: Шиксентмихали М, Кьюби Р. Телемания – это диагноз// URL.: <http://emiz.org.ua/psikhoanaliz/telemaniia-eto-diagnoz> (дата обращения 12.05.2012).

жизнью, изображение воспринимается зрителем в качестве неотъемлемой части этой жизни. Одновременность демонстрации и наблюдения, т.е. *симультанность* (от фр.simultane – одновременно), находится в прямой взаимосвязи с другим диалогическим свойством телевидения – *эффектом присутствия*. Благодаря ему, электронные коммуникации создают мир, в котором категория пространства, как перспективы развития действия и времени, как последовательности происходящего, теряют значение. Зрелище будто сливается с реальным временем и вытесняет пространство. Все, что происходит на экране, происходит не на нем и не в зрителе, а в некоем сложном виртуальном *межпространстве* (*между* ними).

Понятие «Между» в философии диалога ключевое, открывающее подступ к интенции диалогических отношений. Соотношение «Я – Ты» присутствовало в классической философии с XVIII века. Еще неокантинец Г.Коген (в 1871 г. написан его фундаментальный труд «Кантовская теория опыта») размышлял об отношениях Я/Другой, однако заслуга открытия диалогических отношений как *коммуникативной связи* «Я – Ты» принадлежит М.Буберу. Бубер первым заявил о нерасчлененности и целостности «Я» и «Ты». В работе «Проблема человека» Бубер пишет: «Эту сферу, возникшую с тех пор, как человек стал человеком, я называю сферой Между (desZwischen)», она «является первичной категорией человеческой действительности»⁹⁵. «Между» – это само отношение, *диалогическая реальность*: «Дух не в Я, но между Я и Ты»⁹⁶.

Данный вывод важен для анализа характеристик диалогичности телепрограмм разговорного жанра. «Бытие-событие» предопределяет диалогический характер самой жизни. Его порождает взаимодействие множества личностных миров, не имеющих иерархической соподчиненности и диалогизирующих между собой, и «между» – это своего рода «золотая

⁹⁵ Цит.по:Демидов А. Б. «Другой» М. Тойниссена // Топос, 2000, № 1 (4).С.147-148.

⁹⁶Цит.по: Бонецкая Н.К. Бахтин в 20-е годы.//М.М.Бахтин: pro et contra.Творчество и наследие М.М.Бахтина в контексте мировой культуры.Т.2. – СПб: Изд.Русского Христианского гуманитарного института, 2001.С.173.

середина» в ситуации *со-бытия* «Я» и «Другого». Если рассматривать отношения в диалоге не просто как обмен репликами, а как *сложное переплетение взаимных влияний*, то понятие «между» являет собой особую дистанцию между коммуникантами. Прежде всего, это обозначение сферы, которая простирается за пределы и одного, и другого как «особое видение мира» и как некое измерение, доступное всем участникам диалогических отношений, в том числе телезрителям. По этому поводу М.Маклюэн писал: «Когда вы идете в кино, вы – камера, когда смотрите ТВ, вы – экран. Образ не проектируется вами, а совершается в вас»⁹⁷. Таким образом, *между экраном и зрителем* возникают взаимоотношения в разрезе «*одного момента*», в фокусе «здесь-и-теперь» и «вот-бытия»⁹⁸, как это называли диалогисты XX столетия, подразумевая диалог. Этот признак взаимопроникновения выделяет и культуролог В.А.Шкуратов: «В медийном выстраивании зрелища появилась новая инстанция. Она промежуточна между слоем непосредственных... участников [зрелища] и легитимными зрителями масс-медиа»⁹⁹. В дополнение следует добавить точку зрения М.М. Бахтина на этот счет, который подчеркивает, что только в такой «диалогической среде», возникающей между кругозорами говорящего и слушателя, реализуется истинное бытие *человека диалогического*, «рождается и живет слово», и только здесь «раскрываются те черты личности, которые несводимы к ее ментальным, физическим, психическим свойствам»¹⁰⁰.

Диалогический механизм смыслопорождения определяет «совместность» всякого смыслоразличающего акта-поступка,

⁹⁷ Цит.по: Черных А.И. Социология массовых коммуникаций.– М.: Изд.дом ГУ ВШЭ, 2008.С.245.

⁹⁸ Так М.Хайдеггер обосновывает термин “Dasein”, или «Вот-бытия», понимая его как смысл человеческого бытия и место человека в экзистенциальном измерении культурно-исторического времени, подразумевая не пространственное его присутствие, а открытость человека по отношению к ситуации – «Я готов слушать», «Я весь во внимании!» (См.: Новая философская энциклопедия. Бытие и время//URL.: <http://iphras.ru/elib/0524.html> (дата обращения 15.07.2016). – Прим. авт.

⁹⁹ Шкуратов В.А. Искусство экономной смерти. Сотворение видеомира. – Ростов н/Д, 2006. С.262 – 263.

¹⁰⁰ Бахтин М.М.Собрание сочинений. Т2.Проблемы творчества Достоевского, 1929. Статьи о Л.Толстом,1929.Записи курса лекций по истории русской литературы, 1922 – 1927.– М.:Русские словари, 2000.С.93.

высказывания, произведения, слова, «жеста сознания» и даже *молчания*. И сущность телевизионного общения заключается в совместном созидании нового общего смысла, вытекающего из общего контекста семантики телепрограммы и передающегося аудитории. В диалогической взаимосвязи *телеэкран-зритель* реализуется также коммуникативная формула М.М.Бахтина, состоящая в том, что актуальный смысл принадлежит не одному (одинокому) смыслу, а *только двум* и более, встретившимся и соприкоснувшимся смыслам. Кстати, понятие «коммуникация», введенное К.Ясперсом в научный оборот, первоначально было наделено экзистенциальным содержанием как «общность взаимного сознательного понимания». Трансляция телесообщений и внимание зрителей, а также их реакция свидетельствуют о том, что оба эти «участника» находятся в *живой связи общения, познания и самопознания*, где объединяющей целью является достижение *взаимопонимания*.

На основе проанализированных свойств «телеобщение» можно охарактеризовать как специфический способ коммуникации, т.е. процесс передачи и обмена информацией на расстоянии между различными субъектами посредством телевидения, в который включен целый спектр категориальных признаков коммуницирования, связанный с ментальной и чувственно-эмоциональной природой человеческого восприятия, что и обуславливает востребованность аудиторией экранной продукции. Современный мыслитель М.Кастельс, писал, что «телевизионный способ коммуникации является фундаментально новым средством, характерным своей соблазнительностью, сенсорной имитацией реальности и легкостью восприятия с наименьшим психологическим усилием»¹⁰¹. Подчеркнем также, что диалогические отношения «телеэкран-зритель» довольно сложное

¹⁰¹Цит. по.:Уразова С.Л.Телевидение как институциональная система отражения социокультурных потребностей. Автореферат на соискание ученой степени доктора филологических наук. – М.: ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии», 2012
//URL.:http://discollection.ru/article/27092012_92968_urazova (дата обращения 31.10.2012.)

явление, в котором границы между миром реальности и миром искусственного изображения приобретают некую условность.

Данное явление проявилось с особой силой в рассказе американского актера Р.Де Ниро, который оказался одним из *очевидцев* террористического акта 11 сентября 2001 года в Нью-Йорке: «Когда в башню врезался первый самолет, я был на деловой встрече... – у меня окна на юг выходят – и всё наблюдал своими глазами. Видел как огонь двигался по фасаду Северной башни... как люди выпрыгивали из окон. Потом как рухнула Южная башня. Это выглядело так неправдоподобно, что я тут же перевел взгляд на экран телевизора – у меня был включен канал CNN. Удостовериться хотел. Не было другого способа внушить себе, что это не сон»¹⁰². Параллель сопоставления реальности с экранными сюжетами прослеживает и философ С.Жижек, писавший о трансляции взрыва Всемирного торгового центра в США: «Когда мы видели часто повторявшиеся кадры, на которых были запечатлены испуганные люди, бежавшие по направлению к камере на фоне гигантского облака пыли от обваливающейся башни, то эти кадры напоминали нам о захватывающих съемках из фильмов катастроф»¹⁰³. Эти персонифицированные впечатления свидетельствуют о том, что в реальной жизни, даже в отрыве от телевизора, человек находится во власти тех энергий, что были навеяны ему экраном.

Для обработки информации об окружающем реальном мире человек довольно активно использует предлагаемые телевидением готовые экранные образцы, отождествляя их с реальностью. На это обращают внимание и ученые. Культурные особенности постмодернизма повлияли на специфику диалогической взаимосвязи аудитории и телевидения: телевизионные передачи стали восприниматься как реальность, а жизнь общества – как зеркало ТВ ¹⁰⁴.

¹⁰² Цит.по:Ромендик Д. Роман с Нью-Йорком.//STORY, 2012, №11.С.64.

¹⁰³ Жижек С. Добро пожаловать в пустыню реального. М.: Фонд «Прагматика культуры», 2002.С.19.

¹⁰⁴ С появлением ТВ многие теоретики писали, что у человечества наконец-то появилось «волшебное зеркало», «зеркало эпохи», ведь тут человек не просто слышит или читает о событиях, а, можно сказать, самолично присутствует, наблюдая происходящее «собственными глазами».

Это свидетельствует в пользу того, что телеобщение относится к весьма сложным коммуникативным процессам, который подлежит углубленному изучению. Отчасти сложность диалогического взаимодействия отражается и в субъектно-объектной взаимосвязи.

Отметим, что массмедиа самостоятельно определяют содержание своих материалов – фильтруя и препарируя информацию, очерчивая тематику, формируя «картину дня», фиксируя смысловые границы сообщений, чем совершают *определенный* тематический отбор с конкретной целью, в результате которого из миллиона событий на экран попадают только сотни. Так, еще П.Бурдые указывал на то, что в телеэфире так много хроники происшествий, способной «заинтересовать всех, не затрагивая важных тем», «эта ерунда» не вызывает «последствий» в виде социальных конфликтов, а значит «не так уже бессмысленна, поскольку скрывает в себе нечто важное»¹⁰⁵. *Избирательность* на ТВ касается выбора объекта изображения, форм подачи информации, выбора слов и прочее. По теории лингвиста Т.Ван Дейка, микропропозиции в последовательности изложения события должны быть линейно связными, т.е. обозначать соотносимые факты (например, выражать отношения «условие/причина») или служить «функциональной» связности (например, «смена основной/фоновой информации»)¹⁰⁶. Журналист всегда делает выбор по принципам: самое важное, полезное, интересное, странное и т.д.. Чередование кадров предоставляет репортеру и инструмент для искажения (преднамеренного, произвольного или случайного) реальности. Известно, что при помощи совмещения разных кадров можно добиться любого впечатления: «Я... создаю человека, более совершенного,

Конечно, телевидение как «окно в мир» связывает зрителя со всем происходящим в большом мире, однако, как писал Э.Багиров, представление о том, что оно – просто «бинокль в руках, с помощью которого мы узнаем саму жизнь», наивно, и рождено высокой степенью сходства между телевизионным изображением и самим объектом показа, и это сходство создает иллюзию коварную *легкого* осуществления коммуникативного процесса. (Буданцев Ю.П. Экранный образ. – М.:1993.С.83.; См.:Ильченко С.Н. Система жанров отечественного телевидения и ее трансформация в условиях глобализации информационного пространства.Ч.1.– М.:2012. С.34,36.)

¹⁰⁵ Бурдые П. О телевидении и журналистике. – М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», Институт экспериментальной социологии, 2002. С.30-31.

¹⁰⁶ Ван Дейк Т.А. Язык. Познание. Коммуникация. – Б.: БГК им.И.А. Бодуэна де Куртунэ, 2000.С.170-173.

чем созданный Адам, я создаю тысячи разных людей по разным предварительным чертежам и схемам... у одного беру руки, самые сильные и самые ловкие, у другого беру ноги, самые стройные и самые быстрые, у третьего голову, самую красивую и самую выразительную, и монтажом создаю нового, совершенного человека»¹⁰⁷, – писал советский кинорежиссер Д.Вертов.

Об избирательности репрезентации экранного образа говорил и итальянский режиссер Л.П. Пазолини. Он отмечал, что некий образ, полученный *под определенным углом зрения*, есть *отдельный план-эпизод*, а монтаж – цепочка специально *отобранных* моментов. Таким образом, можно говорить о том, что кадр это всегда некая точка зрения, а телевидение есть «транслятор» различных точек зрения. К этому можно добавить, что еще в 1970 годах учеными было открыто особое свойство телевидения – «парализующее глаза воздействие телевизора»: взгляд зрителя фактически не трогается с места – направление внимания за него выполняет камера. Иначе говоря, именно экран управляет вниманием зрителя. «Если экран не вмещает ничего, кроме головы человека, он смотрит на нее, если экран вмещает грандиозный пейзаж, зрители смотрят на пейзаж, если он вмещает только руку, перо или даже булавку, они смотрят на этот предмет», – подчеркивала Н.Л.Горюнова¹⁰⁸. В данном высказывании раскрывается факт управления вниманием телезрителя посредством экрана.

Кроме того, события, пройдя обозначенные выше «фильтры», наделяются *оценочными знаками* «плюс» или «минус». Ученые давно обратили внимание на то, что нет абсолютно объективной информации, поскольку она не возникает и не функционирует вне человека. Информация порождается сознанием в результате отражения образов окружающего мира и передается с помощью сигналов на понятном другим языке. Объединяя данные сигналы, психика создает общее, цельное представление о

¹⁰⁷ Вертов Д. Статьи. Дневники. Замыслы.-М.:Искусство, 1966.С.55

¹⁰⁸ Горюнова Н.Л. Художественно-выразительные средства экрана. – М.:2000.//URL.: <http://www.twirpx.com> (дата обращения 12.03.2012).

конкретных событиях, либо явлениях, при том, что возможность увидеть индивидом все стороны объективной действительности практически сводится к нулю. Любая, в том числе, обрывочная информация формирует у человека *субъективное знание* события. Как бы журналист не стремился объективно передавать информацию, его знание всегда будет только *приближаться* к сути оцениваемого предмета. И потому, даже самое достоверное телеизображение включает в себе определенную *трактовку объекта-образа*. Американский теоретик Э. Дэннис подчеркивает: «Иногда мы забываем, что объективность – всего лишь метод»¹⁰⁹, где основные аспекты сводятся к следующему:

- 1) Четкое разграничивание мнений и фактов.
- 2) Отказ от любых эмоциональных словооборотов в описании и трактовке событий.
- 3) Стремление к достоверности путем предоставления возможности всем сторонам-участникам события выразить свою точку зрения.

С другой стороны, и зритель не является пассивным потребителем информации. Субъект вступает в диалог со средством экранной культуры (в данном случае с ТВ) в качестве носителя определенных ценностей. На основе собственного жизненного опыта он извлекает из произведения свой смысл, интерпретируя медиатекст субъективно. Любые медиасообщения по-своему трактуются получателями. Человек не просто думает, смотрит, говорит или слушает, он все время *структурирует* окружающий мир, пытаясь подчинить его некой индивидуальной логике.

Выше уже говорилось, что производитель сюжета стремится к эффективной коммуникации еще на стадии подготовки материала. Так реализуется важнейший принцип диалогических отношений, согласно которому косвенное влияние телезрителей на производителя экранного

¹⁰⁹ По этому принципу, как отмечает В.Л. Цвик, работала телекомпания НТВ в начале своей деятельности: «на экране царил его величество факт», а зрителям беспристрастно сообщались самые разные точки зрения, в том числе и противоположных сторон. (Цит.:Цвик В.Л. Телевизионная журналистика. – М.:Юнити Дана, 2009.С. 200, 334).

продукта (журналиста) является, по сути, скрытой *обратной связью*, претворяющей коммуникацию в двусторонний процесс – диалог, позволяя каждой из сторон – сообразно по отношению друг к другу – корректировать свои действия и цели.

К этому необходимо добавить точку зрения У. Эко, который в своем докладе «Оказывает ли аудитория дурное влияние на телевидение?» (1977 г.) говорил о преувеличении воздействия СМИ на отдельного человека. Ученые отмечают, что при просмотре телепрограмм зрители, чаще всего, *укрепляют уже существующие* у них установки, мнения, позиции, нежели изменяют их, и склонны искать на экране подтверждение уже выработанных, ранее сложившихся взглядов. Подобное явление известно как «синдром Каспара Хаузера», когда потребитель смотрит только то, что видел уже много раз, и хочет слышать то, что и так знает. Наличие данного явления говорит о том, что человек не только подвержен воздействию ТВ, но и сам является активно действующим лицом коммуникативного взаимодействия «экранный продукт-аудитория», выступая как равный партнер по диалогу. Зритель, *со-конструируя* реальность, как бы создает «образ образа», востребованный массовой аудиторией, которая, по Н.Луману, предстает в качестве «наблюдателя наблюдателей», и ее отношение к медиареальности формируется в результате субъективного восприятия наблюдающей личности.

Подводя итог, можно констатировать: преломление множества субъективных представлений о бытии сущего превратили *теледиалог* в сложную систему взаимодействия. При этом сложность данного явления увеличивается с развитием новых технологий, которые расширяют возможности экранного способа коммуникации. Так, *интерактивность* (от англ. interaction — «взаимодействие») как один из основных признаков цифровой медиасреды становится обязательным атрибутом систем вещания и мультимедийных служб, обеспечивающих обмен информацией, и – важнейшим свойством современного ТВ. Телепрограммы с элементами

интерактивности дают возможность зрителю не только голосовать и выражать свое мнение, но и превращают его в *управляющего выбором* контента (в человека, который сам организует свое свободное время). Это не только позволяет ему выйти из пассивного и созерцательного состояния, но и способствует расширению креативного сотрудничества в диалоге «экран – аудитория». Таким образом, можно утверждать, что в цифровой период пассивного зрителя практически более не существует, так как при включении в медиакommunikацию он тут же оказывается вовлеченным в сообщество медиапользователей, где каждый участник непроизвольно, в той или иной степени, становится элементом общего коммуникационного поля. Эти процессы находят отражение во все новых терминах. Так, например, по замечанию К.Э. Разлогова, появилось понятие *telespect-acteur*, т.е. телезритель-актер, активно действующий зритель, зритель-соавтор¹¹⁰. Более того, в новой парадигме телекоммуникаций понятие автора заменяется понятием авторства. Н.Б.Маньковская, в частности, пишет: «Герменевтическая множественность интерпретаций сменяется мульти-воздействием»¹¹¹, иначе говоря, телеобщение становится не только аудиовизуальным, но и чувственным, поведенческим. В дополнение к этому, постмодерн и научно-техническая революция демонстрируют не просто смену ролей автор–зритель, но и полное снятие этого противопоставления, в котором, по мнению французского философа Ж.Дерриды, реализуется бесконечный процесс конструирования, становления и трансформации смыслов, не выливающийся в нечто законченное и готовое, что и является стандартом человеческого бытия, пронизанного социальной коммуникацией. Необходимо отметить, что еще Э.Тоффлер, оценивая печатные и электронные СМИ в конце 1970-х, писал о том, что они «совершенно не способны нести на себе всю информационную нагрузку и к тому же не обеспечивают жизненно важного

¹¹⁰ Антоним американского *couchpotato* — «диванной картошки» - зрителя, пассивно проводящего многие часы перед экраном телевизора, лежа на диване. (Разлогов К.Э. Новые аудиовизуальные технологии. – М.: Едиториал УРСС, 2005. С.313).

¹¹¹ Маньковская Н.Б. Эстетика постмодернизма. – СПб.: Алетейя, 2000. С.311.

культурного разнообразия... В цивилизации Третьей волны начнут преобладать интерактивные, демассифицированные средства, обеспечивающие максимальное разнообразие и даже персональные информационные запросы»¹¹². Данная тенденция активно проявилась на современном этапе развития медиакommunikаций и находится в процессе трансформации. По мнению ученых, характерной чертой глобального информационного общества является возможность посылать и получать информацию в любой точке Земли, в любое время, в покое или движении, на любом языке, что сейчас и наблюдается. Обмен же информацией – это всегда коммуникация, т.е. диалог, в какой бы форме он не отображался, – в вербальной, речевой или экранной. Диалогические характеристики показывают, каким образом в рамках каждой категории коммуницирования обеспечивается формирование общих процессов взаимодействия объекта и субъекта, их взаимная обусловленность, изменение состояния, взаимовлияние друг на друга. Таблица № 3 раскрывает ведущие диалогические характеристики, лежащие в основе развития экранной культуры.

Таблица № 3

Ведущие характеристики телевизионного диалога

Характеристика	Принцип воздействия на процесс коммуницирования
<i>Взаимонаправленность</i>	Необходимость в потреблении экранного продукта порождает мотивацию к его созданию
<i>Адресность</i>	В соответствие с дифференциацией аудитории телепродукт формируется по социальным признакам: пол, возраст, интересы и пр.

¹¹² Тоффлер Э. Третья волна. – М.: Изд-во АСТ, 2004. С.560.

<i>Взаимовлияние</i>	Коммуникативный акт начинается на стадии подготовки материалов к эфиру задолго до непосредственного «телепросмотра» и продолжается после него, т.к. в рамках пост-корректировочной работы проводится анализ эффективности диалогической функции с учетом совпадения прогнозируемой реакции аудитории и ожиданий зрителей
<i>Знаковость</i>	Использование семиотических кодов в создании и потреблении телепродукта
<i>Симультанность</i>	Слияние пространства и времени зрителя с пространством и временем экранной реальности, эффект присутствия, наличие незримого диалогического пространства при трансляции и потреблении видеообразов, которое служит средой порождения новых смыслов
<i>Индивидуализация подачи и принятия телесообщения</i>	При трансляции образа широким массам, индивид воспринимает экранное сообщение как персонализированное обращение (непосредственно к нему)
<i>Антропоцентризм</i>	Объектом любого медиасообщения является человек, его потребности и интересы
<i>Персонификация</i>	Подача экранного сообщения через конкретных персонажей – телеведущих, экспертов в к.-л. области, известных медийных лиц, эффективнее усваивается аудиторией, чем обезличенная информация

Продолжение Таблицы № 3

<i>Безусловное принятие сообщения</i>	Принудительное вторжение телеобраза в зону внимания и мыслительный процесс обеспечивает реагирование адресата на экранный образ
<i>Логика и аргументированность сообщения</i>	При трансляции образа используются формулы общения, актуальные в повседневной жизни
<i>Отклик</i>	Формирование суждения зрителя о видеоматериале
<i>Сопричастность, «разделенная реальность»</i>	Эмоциональное погружение в экранную реальность, «разделение чувств и эмоций» с героями программы
<i>Субъективность подачи медийного материала</i>	Избирательность и «оценочность» в отображении реальности
<i>Субъективность принятия сообщения</i>	Восприятие зрителем видеосообщения сквозь призму своего социального опыта
<i>Социализация личности</i>	Приобретение зрителем социального опыта в процессе потребления телеконтента
<i>Интерактивность</i>	Возможность зрителя влиять на содержание телепродукта, «активное» телесмотрение

Таким образом, можно утверждать, что в результате развития диалогических возможностей появляется не только зрелищная телепрограмма, но и новый тип «активного общения» зрителя с экраном. Современная аудитория преобразуется в сообщество индивидов, с которыми массмедиа стремятся выстраивать персонализированные связи. В итоге, на основе анализа специфики телевизионного диалога можно констатировать, что телевидение в значительной степени приблизилось к прямому,

личностному и двустороннему общению и обладает значительным потенциалом для ведения эффективного диалога с аудиторией.

1.4. Структурно-лингвистические особенности медиатекста в телепрограммах разговорного жанра

Диалоговая форма коммуницирования в экранном виде является исключительно важной для СМИ, прежде всего электронных, которые активно стремятся привлечь внимание аудитории к своей продукции, удержать зрителей. Диалог на экране, экстраполируясь в силу массовости аудиторного охвата в некую имитацию общественного диалога, обладает не только наглядностью, но и является эффективным средством передачи эмпирического опыта. Такой вид коммуникации помогает расширять чувственно-эмоциональное мировосприятие аудитории, мотивирует массы к рефлексии, обмену мнениями по разным социокультурным и экономическим проблемам. Но главное достоинство диалога в том, что возникающий экранный дискурс позволяет индивиду всматриваться в Другого, что обеспечивает понимание того, утверждают философы, как в диалогическом процессе выстраиваются и усложняются отношения индивида с самим собой и социальным окружением. При этом следует учитывать и тот факт, что «конструирование другого как человека социального, этического социального субъекта происходит на троякой основе: лингвистической, практической, повествовательной»¹¹³. Соглашаясь с этой трактовкой С.В.Клягина, основывавшегося на теории Г.Риккерта, необходимо подчеркнуть: в этой триаде характеристик термин «лингвистический» поставлен на первое место не случайно – лексический арсенал, который используется *Другим*, олицетворяет его индивидуальность и миропонимание.

Обилие же тематических ток-шоу, реалити-шоу, иных типов телепрограмм разговорного жанра в сетке вещания эфирного ТВ, а также

¹¹³ Клягин С.В. Социальная коммуникация и общественный диалог// Философия коммуникации. Проблемы и перспективы: монография/ под редакцией д.ф.н., проф. С.В. Клягина, д.ф.н., проф.О.Д.Шипуновой. – СПб.: Изд-во Политехн.ун-та, 2013. С. 27.

платных телеканалов, только подтверждает значимость экранного диалога как особой формы медийной коммуникации, активно утверждающейся в современном медиaprостранстве. И хотя в социологическом опросе Фонда «Общественное мнение» относительно качества российских телепрограмм избыточность на телеэкране ток-шоу была охарактеризована как явление негативное (с этим согласились 11 % респондентов), пристрастие к медийным и социальным коммуникациям в экранном виде у аудитории сохраняется. Подтверждением является тот же опрос, где при выявлении любимых телепередач респонденты назвали следующие: «Пусть говорят» (13%), «Давай поженимся» (4 %), передачи с В. Соловьевым (3 %), «Поле чудес» (3%), Comedy Club (3%), «Модный приговор» (2%), «Дом-2» (2 %), «КВН» (2%) и другие¹¹⁴. Это как раз те программы, где диалог и полилог лежат в основе производства, что свидетельствует об востребованности программ разговорного жанра.

Однако в условиях вторжения социальных коммуникаций в публичную медийную сферу возникает проблема углубленного изучения представляющих на экране речевых коммуникаций, получающих масштабное массовое распространение, так как используемый лексический алгоритм адаптируется, а точнее, укореняется в общественном сознании. Потребность в изучении языковых номинаций, речевой коммуникации в электронных СМИ, функционирующих в новых условиях, назрела давно, но активно это проявилось в результате выведения специальной дисциплины – *медиалингвистики*¹¹⁵ в отдельное научное направление, которое становится сегодня одним из ведущих в изучении медиасреды. Как отмечает Т.Г.Добросклонская, массовая коммуникация стала сегодня одной из важнейших областей изучения речеупотребления. Постоянно увеличивающееся количество текстов в средствах массовой информации

¹¹⁴ Фонд «Общественное мнение»: «Качество российского ТВ» от 28.05.2015//URL.: <http://fom.ru/SMI-i-internet/12255> (дата обращения 22.11.2015).

¹¹⁵ В России термин «медиалингвистика» введен в научный оборот в 2000 г.// См. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. – М.2008. С. 33.

способствует усилению внимания к данной стремительно развивающейся области изучения. При этом следует учитывать, что процесс развития массовых коммуникаций (точнее, медиакоммуникаций) многоасpekтен, так как в условиях совершенствующегося медиапространства конвергентно-интеграционные процессы социальных и медийных коммуникаций усиливаются, а диапазон их применения постоянно расширяется.

Активное воздействие на развитие диалога и, соответственно, на экранную культуру оказывает, несомненно, и расширяющееся национальное, а также глобальное медиапространство. В современной парадигме оно развивается на основе цифровой технологической платформы многопрограммного эфирного ТВ и в результате бурного развития интернет-пространства, Интернет-СМИ, где используются различные формы построения диалоговых отношений. Несомненно, современные технологические платформы этих видов медиа тяготеют к глобальному охвату аудитории, и вопросы употребления СМИ языковых и лексических форм выходят здесь на первое место. В речеупотреблении, в языковых построениях отражаются как мировоззрение человека и его отношение к реальной действительности, так и знаковые культурологические аспекты бытийной повседневности. При этом используемые в СМИ лексико-языковые компоненты являются и выразителем общественного сознания, и характеристикой эталонности национальной культуры, куда составной частью включена и культура экранная.

Отметим, что в цифровой среде особое влияние на коммуникативную практику современного человека оказывает *медиадискурс*. *Медиадискурс* – сложное понятие, сутью которого следует считать обобщение процессов *речеупотребления* в сфере СМК с учетом сложной и многогранной специфики их взаимодействия. Определение медиадискурса базируется непосредственно на общем понимании концепции *дискурса* как компонента, рожденного вследствие взаимодействия людей, с учетом экстралингвистических факторов и когнитивных процессов,

сопровождающих его производство и актуализацию. В теоретической рефлексии «дискурс» (в совокупности с психологическими, прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами) рассматривается как «связный» *текст*, однако данное явление можно трактовать как сложившийся и закрепившейся в языке способ *упорядочивания действительности*, видения мира и даже как некий инструмент освоения реальности через «обговаривание» жизненных реалий. Анализируя понятие дискурса сквозь призму диалогичности, отметим его *полемическую заостренность*, так как данный тип коммуницирования представляет собой некое пространство *текстопорождающих практик*, которое конструируют устойчивые и неустойчивые языковые и внеязыковые элементы, определяющие характер речевого поведения коммуникантов. Кроме того, эти элементы фигурируют как дискурсивные функции при создании *нормативных моделей-фреймов восприятия и сценариев поведения*, к которым относятся, в числе прочего, и стилистически окрашенные, эмоционально-оценочные средства, придающие речи некое своеобразие. Важно подчеркнуть и то, что данные диалоговые практики ориентированы, в первую очередь, на соблюдение участниками коммуникации правил и норм речевого поведения, употребления русского языка при создании медийного сообщения с целью успешного диалогического воздействия. Появление в научном обороте термина «медиадискурс» изменило, как отмечает Добросклонская, «общую архитектуру исследования языка СМИ»¹¹⁶, что лишь подчеркивает сложную и многогранную природу *диалогического взаимодействия в медиасреде*. Несомненно, такой методологический подход к медиалингвистике позволяет выявлять специфические компоненты в развитии и функционировании не только *медиапространства*, но и *речевых практик* в принципиально новом ракурсе.

¹¹⁶ Добросклонская Т.Г. Массмедийный дискурс в системе медиалингвистики// Медиалингвистика, 2015, №1 (6), С.45.

Отметим, что в современной медиалингвистической литературе термины «дискурс» и «текст» зачастую используются как синонимичные слова, однако важно разграничить смысл этих терминов. Чтобы распознать характерные признаки этих понятий, необходимо выявить их сущностные различия: дискурс – это *скорее процесс установления общественных отношений между субъектами, а текст – процессуальный результат их взаимодействия*. Так, например, на ТВ *дискурсивным пространством* является *формат* телепрограмм разговорного жанра, а *медiateкст*, в который включены не только лингвистические, но и интонационные и чувственно-эмоциональные элементы, обеспечивает взаимодействие и взаимопонимание программы с реципиентами, т.е. с аудиторией. Таким образом, медiateкст рождает пространственно-временной контакт адресанта и адресата в телевизионном эфире.

Термин «медiateкст» заимствован в 1990-х годах из англоязычной научной литературы. Над его концепцией работали Т.Ван Дейк, А.Белл¹¹⁷, Р.Фаулер и др.; среди российских ученых – Т.Г. Добросклонская, Т.В.Чернышова, В.В.Богуславская, В.Ю. Кожанова, Г.Я.Солганик, В.Г. Костомаров и другие. С позиции диалогичности сущность понятия «медiateкст» можно обосновать и как *смысловые связи*, заданные авторским замыслом, а также как связи, возникающие за пределами текстовой структуры, «дискурсивно соединяющие элементы текста с его внешним пространством»¹¹⁸, или как транслирующаяся последовательность знаков и смыслов. Развертывание же самого медiateкста происходит во взаимодействии смысловых позиций. По Маклюэну, это огромное многомерное явление, характеризующееся *глубиной* и *многоуровневой структурой*. Современные исследователи считают, что теория медiateкста

¹¹⁷ А.Белл – ученый, изучавший вопросы акустики, изобретатель и бизнесмен шотландского происхождения, один из основоположников телефонии, изобретатель телефона, первоначально названного «музыкальным телеграфом». Подр.: <http://www.peoples.ru/science/physics/bell/>. – Прим. авт.

¹¹⁸ Чернявская В.Е. Медиальность: опыт осмысления формирующейся парадигмы в лингвистике// Медиалингвистика, 2015, №1 (6). С.8.

претендует на занятие отдельной ниши в рамках *теории текста*: если само понятие «текст» идентифицировать как универсальный способ создания, передачи и хранения информации, а также культурных ценностей в рамках некоего социального пространства, то медиатекст следует рассматривать как *коммуникативное событие* только на просторах экранной культуры. Отметим, что основополагающие признаки медиатекста телепрограмм разговорных жанров наглядно отображены в Таблице № 4.

Таблица № 4

Признаки медиатекста телепрограмм разговорного жанра

Признак	Процесс
<i>Медийность</i>	Использование технических и художественно-выразительных средств для распространения адресантом неких смыслов (сценический фон, подбор участников программ, их имидж, поведение и речевые презентации), их сопоставления адресатом со «своим Я», и генерирования новых смыслов
<i>Массовость</i>	Адаптация тематики для широких масс
<i>Интегративность в сфере коммуницирования</i>	Трансляция общедоступных в расшифровке семиотических кодов для включения широкой аудитории в процесс смыслогенерирования

Диалогичность медиатекста возникает на основе *взаимодействия* двух и более *смысловых позиций*, а также в результате использования аудиовизуального и вербального языка («медийного») и заключается в диалогических отношениях. Одним из наиболее важных свойств медиатекста является его *цельность*, при которой возникает единство информационного и тематического полей, иначе говоря: «когда все слито, до потери

самостоятельности»¹¹⁹. С учетом того, что диалогичность - это не просто данность медиатекста как такового, а процесс интеллектуально-духовного и чувственно-эмоционального взаимодействия коммуникантов друг с другом, представленный в языковых и речевых единицах, изучение содержательной структуры речевого наполнения современных телепрограмм разговорного жанра становится исключительно важным, так как позволяет выявить компоненты, определяющие *стилистический облик речевых практик современного общества*. Но тут необходимо учитывать, что при анализе медиатекстов медиалингвистика опирается, прежде всего, на методологию функциональной стилистики, изучающей речь «в единстве с другими сущностными свойствами человека – его деятельностью и сознанием»¹²⁰.

Однако медиатекст неизменно присутствует и в продуктах экранной культуры, наиболее показательными из которых являются телепрограммы как таковые, а точнее – телепрограммы разговорного жанра. В последних, медиатекст реализуется в вербальном воплощении (сценарно-сюжетные заготовки, предварительный этап реализации телепрограммы) и в речевом исполнении участников диалога (использование индивидуализированных лексико-стилистических единиц), а также в невербальной форме коммуницирования (интонация, жесты, мимика и т.д.).

Медиатексту телепрограмм разговорного жанра присуще *семантическое единство*, смысловые элементы которого концептуально суммируются в текст, формируют его структуру и упрощают восприятие заключенной в нем информации. Иначе говоря, связь между элементами текста может быть не только референтной, но и функциональной. Известно, что функциональная стилистика сформировалась в языкознании как *теория макростилей*, определяющих своеобразный характер речи «той или иной социальной разновидности, соответствующей определенной сфере

¹¹⁹ Лосев А.Ф. Форма-стиль-выражение. URL: <http://predanie.ru/losev-aleksey-fedorovich/book/129563-forma-stil-vyrazhenie> (дата обращения: 5.05.2016)

¹²⁰ Добросклонская Т.Г. Массмедийный дискурс в системе медиалингвистики // Медиалингвистика, 2015, №1 (6). С.53.

общественной деятельности и соотносящейся с ней форме сознания, создаваемой особенностями функционирования в этой сфере языковых средств, и специфической речевой организацией, несущей определенную стилистическую окраску»¹²¹.

Если рассматривать программы разговорного жанра, таких как интервью, ток-шоу, круглый стол и т.д., то вершину *семантической макроструктуры* их медиатекста составляют, как правило, компоненты, при которых каждый из этих структурных составляющих обладает своими лингвистическими и стилистическими особенностями. Это:

- 1) Введение в диалог: приветствие ведущего, объявление темы, представление гостей в студии.
- 2) Обсуждение ситуации с приведением основных фактов по заданной теме.
- 3) Аналитическое осмысление ситуации, подведение итогов, прощание с телезрителями.

Стилистическая же концепция телепрограмм формируется, как минимум, тремя группами признаков – **жанровыми, структурными и экспрессивными**. И это, с учетом того, что само по себе понятие «жанр» как исторически сложившийся текстотип, который определяется диалогической целеустановкой, по своей структуре представляет собой отдельно взятый формат и имеет уже стереотипизированную рубрикацию, состоит также из содержательно объединенных и ситуативных текстов, где каждый из них выполняет роль аттрактора, обуславливающего коммуникативную речевую реализацию *концептуального замысла*.

Что касается концептуального замысла самого медиатекста как результата медийных диалогических практик, то при более детальном рассмотрении составляющих телепрограмм разговорного жанра важно обратить внимание на базовое формирующее значение, используемое для

¹²¹ Дускаева Л.Р. Композиционно-стилистическая вариативность публицистической статьи: о соотношении лите- ратурных и речевых жанров в журналистском дискурсе// Медиалингвистика, 2015, №1 (6). С.69.

типологического описания медиатекстов, которое основывается на следующих категориях: *способ создания* и *воспроизведения* – *канал распространения* – *функционально-жанровый тип текста* – *тематическая доминанта*. Данная схема более детально отражена в Таблице № 5.

Таблица № 5

Характеристики категории медиатекста

Категории медиатекста	Содержание категорий медиатекста
<i>Способ создания</i>	авторский/корпоративный
<i>Способ воспроизведения</i>	устный/письменный/медийный
<i>Канал распространения</i>	печать/радио/ТВ/Интернет
<i>Тип текста</i>	заметка/ отчет/ обзор/ пресс-конференция/ беседа/ круглый стол/ репортаж/ ток-шоу и т.д.
<i>Тематическая доминанта</i>	Политика/общество/экономика/медицина/культура/спорт и т.д.
<i>Концепт</i>	Антидемократизм/бездуховность/противозаконность/бюрократизм и т.д.

Отметим, что указание на такой важный признак медиатекста, как «тематическая доминанта», обосновывается в работах медиалингвиста Т.Г.Добросклонской, где обращается внимание на реализацию данной компоненты с помощью устойчивой системы *медиамопиков*, т.е. регулярно воспроизводимых тем в СМИ: это политика, спорт, бизнес, культура и т.д. Именно данная проблематика лежит в основе текстовой структуры и служит *концептом*, иначе говоря, представлена в виде основной идеи, обсуждаемой

в процессе диалогического общения от начала до конца телепрограммы. Например, в политическом интервью – это «антидемократизм» или «коррупция», в ток-шоу, обращенном к культурной тематике, – это «проблемы в образовании», «отсутствие духовности» и т.д. Приводя примеры, отметим вариативность формообразования *тематической доминанты*. В частности, в политическом ток-шоу В.Соловьева «Поединок», транслирующегося на телеканале «Россия 1», концепт программы прослеживается уже в цитате, с которой ведущий выходит в эфир., Например: *«Донбас живет в ожидании жаркого лета. Ополченцы фиксируют скопление вооружений и живой силы на границе. Под разговорами о приверженности минским соглашениям, продолжаются обстрелы населенных пунктов. Прицельный огонь ведется и по журналистам. Порошенко называет гражданскую войну интервенцией и просит ввести полицейские войска ОБСЕ, естественно, без участия российских миротворцев, а что делают иностранные наемники НАТОвских структур? До каких пор американцы и европейцы будут закрывать глаза на откровенное шулерство киевских властей?»* (Эфир 19.05.2016). Таким образом, с самого начала задается тематическая проекция дискурса, его тональность, определяются границы обсуждаемой проблематики. После анонса ведущего, на цифровых экранах в студии появляются краткие резюме оппонентов, а через несколько секунд они и сами появляются в зале, чтобы продолжить «диалоговую линию» в заданном ключе.

Основу медиатекста телепрограмм разговорного жанра, как и самого диалога, составляет обмен репликами. Сегодня в телевизионной практике широко востребованы разговорные жанры с прерогативой разговорно-бытового дискурса, данный фактор является определяющим для коммуникативного замысла телепрограмм. В основе разговорно-медийных, также как и жизненных практик, лежат специфические *алгоритмы познавательно-поисковой деятельности*. Идеальная модель медиатекста разговорных телепрограмм выстраивается на *рассуждениях оппонентов*,

которые основываются на фактах и логически построенных выводах, а главное средство выразительности и воздействия на оппонента – это аргументация и четко сформулированное собственное мнение, которое предстает в виде некоего «диалогического императива», характеризуя способность индивида к общению, его стремление к достижению взаимопонимания. По Дускаевой, это «объясняющее рассуждение выступает основой смыслового развертывания»¹²². Основными же коммуникационными действиями здесь становятся, с одной стороны, констатация параметров ситуации и обсуждение ряда вызывающих тревогу причин, с другой – репрезентация рекомендаций, необходимых, с точки зрения участника диалога, для устранения опасных или вредных для общества тенденций. Чтобы определить характер проблемы, а также выявить в каком направлении и под влиянием каких причин происходят динамические процессы в обществе, включая обнаружение опасных для социума тенденций, телевизионные интервью, ток-шоу, круглые столы обычно репрезентуются в определенной последовательности познавательных акций. Это:

- 1) уяснение мотивов действий;
- 2) характеристика последовательности действий;
- 3) определение причин, сформировавших мотивы действий;
- 4) предупреждение об опасности действий.

Таким образом, логика рассуждений участников диалога развивается, как правило, по типу обоснования, устанавливающего целесообразность или вредность обсуждаемых действий, и объяснения, раскрывающего их причину и мотивы. Следующий этап в диалоге – поиск средств устранения опасности и побуждение к социальным преобразованиям. Это заключительный этап, который включает, главным образом, анализ, своего рода «мозговой штурм», и согласование решений между участниками телепрограммы. Побудительные речевые действия основываются прежде

¹²² Дускаева Л.Р. Композиционно-стилистическая вариативность публицистической статьи: о соотношении лите- ратурных и речевых жанров в журналистском дискурсе// Медиалингвистика, 2015, №1 (6), С. 60.

всего на «опасности бездействия» и ориентации на будущее, а также на объяснении целесообразности предлагаемой модели действий. Побудительная модальность в речепотреблении, т.е. суждения высказываются с оценкой имеющейся в них информации, выражается в наборе разнообразных по семантике языковых приемов, но в целом выступает либо как предложение или наставление, либо как предостережение, практический совет или предупреждение.

Приведенные выше характеристики – это некие идеальные параметры, в рамках которых формируется диалог. Однако между ними и реальной практикой есть существенная разница, связанная, с одной стороны, с *провокационной жанровой спецификой* большинства телепрограмм разговорного жанра, с другой – с уровнем речевой культуры участников обсуждения. Так, в том же политическом ток-шоу В.Соловьева «Поединок» (телеканал «Россия1») заранее подготовленный текст героев телепрограммы, показываемый зрителю на экранах еще до появления оппонентов в студии, выявляет *совмещение категоричности суждений*, что типично для медиатекста ток-шоу. Кроме того, зачастую формулировка темы программы предполагает выявление противоречивости позиций оппонентов, иначе говоря, своеобразная провокация формируется изначально, еще на этапе подготовки телепрограммы. Примером могут служить такие слоганы, как «Школа – жизни не научит», «Меньше знаешь – лучше спишь», «Без мата нет русского языка» (программа «Культурная революция», телеканал «Культура»).

Классически структурированная телепрограмма представляет собой определенную форму подачи материала, где соблюдаются установка на контакт с аудиторией и адаптация речевого материала для его восприятия адресатом, что рассматривается как средство вступления в коммуникацию с помощью эмоциональной вовлеченности. Это напрямую перекликается с консенсуально-ориентированной диалогической моделью связей, представленной в виде «симметричного дискурса» заинтересованных сторон

с целью их символического социального взаимодействия, которая была разработана К.Буркартом, изучающего принципы связей с общественностью и опиравшегося на коммуникативную теорию Ю.Хабермаса¹²³. Таким образом, концепция телепрограммы, основываясь на планировании и оценке гипотетических диалогических отношений, учитывает также и высокую степень вероятности возникновения конфликта. Однако, суть противостояния в медиатекстах телепрограмм состоит не в том, чтобы публично показать ошибки партнера по диалогу, она кроется гораздо глубже и выражается в скрытых мотивах диалоговых практик – увлекать, удивлять и даже смешить, чтобы привлечь внимание телезрителей. Несомненно, данные установки ведут к эпатажности, к расширению роли инфотейнмента (сплав информирования и развлечения) в телепрограмме, столь широко распространенного в современной журналистике, кроме того, в медиадискурсе четко прослеживается причинно-следственная связь конфликтности с развлечением.

Для всех типов телепрограмм разговорного жанра свойственно использование убедительной аргументации участниками диалога, которые заинтересованы в привлечении сторонников к своим интересам и идеям. В итоге, само раскрытие медиатекста телепрограммы структурируется в особых диалогических единицах – *циклах*, отражающих специфику взаимодействия участников диалога. В диалоге разговорных телепрограмм эти простейшие циклы (вопросительные, побудительные, оценочные и пр.) переплетаются в высказываниях героев, наполняются новым содержанием, благодаря чему и происходит раскрытие общего смысла программы, ее концептуальная реализация. Функционально-жанровая концепция медиатекста учитывает, что каждый носитель речи уникален, отличается своим «голосом» и стилем. Здесь важно отметить, что к числу ключевых понятий семантического анализа медиатекста относится и понятие

¹²³ Подпр.: Зайцев А.В. Консенсус-ориентированные связи с общественностью и теория диалога.// URL.: <http://politika.snauka.ru/2013/07/886> (дата обращения 17.08.2016)

«подоплеку» (подразумеваемого), по Ван Дэйку, это анализ «несказанного», что иногда имеет больший вес, нежели то, что говорится в открытую. Таким образом, медиатекст телепрограммы можно рассматривать и как некий смысловой «айсберг», когда собеседники «проецируют» индивидуальный опыт на свои информационно-коммуникационные практики.

В теледиалоге подобная, характерная для медиадискурса, единая гипермодальность, может быть описана как формирование в сознании адресата целостной медийной картины мира, которая отличается дискретностью и дополняет объективную картину мира. Сам же подбор фактов и их расположение можно назвать «чистым модусом», т.е. полем субъективного. Как правило, модусные смыслы заключены в предложения «суммарно и резонансно»¹²⁴ с тем, чтобы автор высказывания мог решать свои задачи, ведущей из которых является убежденность адресата. Тем более, что современному потребителю медиатекста сегодня важны не столько факты, сколько их интерпретация, которая либо отвечает его установкам, ценностям, ориентирам, мировоззрению, либо нет.

Стилистически это выражается в виде маркирования специальными языковыми средствами «своего» (одобряемого) и «чужого» (отвергаемого) суждения. Так, участники диалога выстраивают «стратегию оценивания», чтобы мобилизовать как можно большее число своих сторонников. Данная структура медиатекста во многом ориентирована на создание негативно-оценочной тональности и часто изобилует негативной оценочностью, но при этом отрицательное суждение говорящих опирается на субъективные представления и не поддерживается в медиатексте системой доказательств. Тут необходимо отметить важность понимания «тональности» высказывания как текстовой категории. В ней отражается эмоционально-волевая установка автора высказывания для достижения конкретной коммуникативной цели, которая выражается в психологической позиции автора по отношению к

¹²⁴ Попова Т. И., Колесова Д. В. Визуализация информации как тенденция развития современного текста // Медиалингвистика, 2015, № 4 (10), С. 83.

излагаемому суждению, к адресату и к ситуации общения в целом. Понятно, что медиалингвистическим содержанием тональности выступает субъективное видение проблемы участником телепрограммы, а основным средством формирования тональности служит лексика, посредством которой и происходит психологическое самораскрытие коммуниканта. Например, чувство ненависти выражается словами: *мародеры, мерзавцы, жулики, разграбили, обманули и пр.* Чувство любви и одобрения словами: *героизм, долг, поступок, помогли, сумели и пр.* Благодаря стилистической тональности в телепрограммах разговорного жанра находит отражение не только позиция самих участников диалога в рамках заданной темы, но и социальная позиция непосредственно редакции телепрограммы. Обычно для создания экспрессивного текста используется сниженная лексика (просторечная, жаргонная, бранная). Известно, что мощная энергетика брани способна негативно и даже убийственно повлиять на психику человека. «Свирепствуя словом», герои телепрограмм условно делят участников спора на «своих» и «чужих». В некотором роде «сквернословие заменяет физическое воздействие на оппонента психологическим»¹²⁵. При рассмотрении *феномена оскорбления*, что является обычной практикой для так называемых «народных» ток-шоу, медиалингвистика использует лексический подход, при котором базовой единицей анализа является слово, что позволяет проанализировать характер воздействия экспрессии лексем на личность.

Приведем пример оскорбительного словосочетания, использованного в следующем контексте: *«Я считаю, мы слишком много времени тратим на обсуждение поведения Х. На мой взгляд, эта женщина – обычная шлюха»*. (программа «Пусть говорят», «Первый канал», 28.04.2016). Оставим характер данного высказывания без комментария о правилах приличия в публичном пространстве и обратимся к анализу выражения *«обычная шлюха»*. При

¹²⁵ Желвис В.И. «Кипит словесная война...» (к проблеме сквернословия в СМИ) // Медиалингвистика, 2015, №1 (6), С.112.

обращении к толковым словарям выясняется, что «шлюха» – женщина легкого поведения, указанное слово употребляется как бранное. Но лицо X, по мнению высказывавшегося, не просто шлюха, а шлюха *обычная*. «Обычный» – значит ничем не примечательный, не выделяющийся, заурядный. Обратим также внимание на возрастание напряженности слова «шлюха» в его сочетании со словом «обычный». Каков здесь возможный подтекст высказывания? Необычных шлюх никто шлюхами, как правило, не называет, они зарабатывают целое состояние, не портя репутацию, а X – *обычная* шлюха, т.е. такая, каких много, мелкая, дешевая, не достойная внимания участников обсуждения. Таким образом, безобидное, казалось бы, слово «обычная», в данном контексте используется как усилитель конфликтности, напряженности высказывания. Типичны для российских телепрограмм и такие формы унижения человеческого достоинства, как намеки на ошибки, упоминание «старых грехов» или личных тайн адресата и прочее. Цель подобных высказываний – привести оппонента в состояние растерянности, беспомощности, смятения. Однако, речевая агрессия и прямые негативные оценки на телеэкране способствуют созданию конфликтной среды в социуме, несут негативный заряд в массы, и это при том, что в речевой структуре любого телевизионного диалога, соблюдается *социально-ориентированная природа медийного текста*, состоящая в том, что не только участники обсуждения выражают свои позиции, но и телезритель формирует свое мнение у экрана, что является результатом коммуникативных целеустановок и когнитивных практик, свойственных рассматриваемому типу программ. Таким образом, можно сделать вывод: *в современных телепрограммах разговорного жанра функциональная направленность медиатекста усложняется фактором наличия диалогичности телепрограмм, которая выстраивается в нескольких плоскостях с помощью речевых форм вербализации.*

Даже при использовании низкого стиля в речепотреблении, с точки зрения научного обоснования, становится ясно, что в основе разговорно-

оценочных жанров, как медийных, так и жизненных практик, лежат специфические *алгоритмы познавательно-поисковой деятельности*, которые обуславливают выбор той или иной лексики. Из приведенных дефиниций можно выделить такой общий компонент семантической структуры медиатекстов ток-шоу, как *совокупность сведений*, циркулирующих в процессе диалога. И тогда становится понятно, сколь велика роль рассуждения в оценочных жанрах. Однако нарушение речевой нормы медиалингвисты рассматривают как нарушение правил не только поведения, но и организации медиатекста. Очевидно, что различные виды лексических нарушений и речевой этики только усугубляют разрыв между адресантом и адресатом. Именно поэтому при изучении медиатекстов современных телепрограмм, ученые особо выделяют две значимые проблемы: одна из них – *экстралингвистическая*, т.е. проблема воздействия этических регуляторов на *создание* медиатекста; а другая – *лингвистическая*, т.е. проблема стилистического диагностирования лингвоэтических нарушений в языке СМИ (к таким нарушениям относят прежде всего демагогию, агрессивность, скандальную эпатажность, фамильярность и т.п.). Изучение данных процессов затрагивает широкий конгломерат проблем (философских, политологических, социальных, культурологических, экономических, включая практическую деятельность в рамках ее реализации). В целом процессы общения в подобном ключе расцениваются как резонансный фактор в медиасфере, способствующий наибольшему «захвату» различных сегментов массовой аудитории экранными СМИ, а значит, служат целям современного медийного рынка.

С учетом диалогической специфики ТВ отметим *фатическую, т.е. новаторскую*, составляющую речи телепрограмм разговорного жанра. При этом обозначим, что *фактор адресата* в медиатексте ток-шоу проявляется, в числе прочего, в удовлетворении информационных запросов аудитории. По мнению Н.А.Корниловой, фатическая речь как связующее звено внутри текста, создает его «тональное единство, обеспечивая цельность и

связность»¹²⁶. Фатика привносит в монолог повышенный диалогический тонус, который способствует эффективности коммуникации, т.е. обеспечивает некую функцию «сцепления» (термин М.Хайдеггера) между разными людьми в результате эмоциональной вовлеченности, что воплощается в отдельных языковых средствах и достигается в тот момент, когда говорящий, автор сообщения, «задевает» адресата. Такой прием используется неспроста. *Эмоциональное раздражение*, порождаемое медиатекстом, априори обладает *потенциалом воздействия* на большое количество людей. В данном случае эффективность диалогического общения достигается (в соответствии эмоциональному ожиданию) либо при полном совпадении эмоционального фона адресанта и адресата, т.е. при общении «в унисон», либо при резком несовпадении эмоционального фона, скажем, при эффекте неожиданности и нарушении когнитивного ожидания адресата, т.е. «в диссонансе» (при несоответствии эмоциональному ожиданию). Расширение пространства использования фатики является, зачастую, только форматным признаком и определяется устремленностью текстов СМИ к персонификации, что связано с выведением данным типом телепрограмм на первый план языковой личности, способной создать *личностно-ориентированную коммуникацию*. При этом подчеркнем, что в медиатексте телепрограмм разговорного типа фатика формируется уже на стадии *возникновения коммуникативного намерения*.

Медиатекст в его диалогическом проявлении служит своеобразным «индуктором», создающим некий «психический фон заражения» как канала взаимодействия, который находится в зависимости от численности аудитории и является носителем *эмоционального заряда*, усиливающегося *под воздействием общающихся между собой людей многократно*. Так рождается феномен эмоционального резонанса. Во многом, он достигается благодаря механизму *таргетинга* (англ. target-цель), термин, который из IT-

¹²⁶ Корнилова Н.А.Текстообразующая роль фатических средств в медиаречи// Медиалингвистика, 2015, №1 (6), С.111.

маркетинга уже перекочевал в телеиндустрию и медиалингвистическую науку. Таргетированная аудитория, т.е. аудитория *целевая*, это люди, которым *необходим* производимый продукт «сам по себе». Например, телепрограммы, выражающие общественное мнение, позволяют и телезрителю сформулировать собственное отношение к проблеме. Особую роль здесь играет «опосредованное со-участие» – некая эстетическая деятельность зрителя, связанная как с потреблением информации, так и с ответным действием воспринимающего информацию индивида, продуцирующего в результате телепросмотра свой собственный смысл. *Ментальный отклик* людей включает в себя и особое поле для самораскрытия дискурсивной личности. Взаимодействие человека с экранным произведением через переживание косвенно определяет отношение личности к окружающему миру. В условиях постоянной дифференциации массовой аудитории важно не обойти такой момент (в медиалингвистике это важнейший показатель), как инновационная динамика, оказывающая влияние на становление произведения: «коллективный характер восприятия экранного продукта, прежде всего телевизионного, когда ничем не связанные между собой люди, как бы сливаются в едином эмоциональном отклике»¹²⁷. Данный аспект позволяет рассматривать экранную культуру как акт виртуального общения гипермассовой аудитории.

Превращение зрителя из *наблюдателя в сотворца* формирует новый тип «эстетического сознания». В наибольшей степени это связано с тем, что в практику все активнее входят интерактивные «медиаатранзактные» коммуникации, изменяя «ролевую» функцию телезрителя, отказывающегося от пассивной созерцательности в пользу ценности самовыражения. Примечательно и то, что, опираясь на эту тенденцию, американские исследователи Дж.Брайант и С.Томпсон предлагают заменить термин «аудитория» на «медиапользователь», так как новый термин точнее

¹²⁷ Уразова С.Л. Homo informaticus как тип личности. Конфликт зрелищного и реального на экране//Вестник ВГИК, 2011, №10. С.121.

характеризует активное включение индивида в творческий процесс смыслопорождения. Отмечая важность и неизбежность динамического процесса формирования диалогичности медиакультуры, стремящейся выработать механизм сосуществования всех социальных страт, следует подчеркнуть: ***именно во взаимодействии людей на телеэкране возникает наибольшее число противоречий, которые требуют разрешения и выработки оптимальных методологических подходов в информационной политике, основанной на диалоге.***

В.Л. Цвик в учебнике «Телевизионная журналистика» раскрывает понятие «журналистика» как «одно из важнейших социальных явлений современной жизни, вид массово-информационной деятельности, обеспечивающий бесперебойное взаимодействие между личностью, группой людей и обществом в целом...»¹²⁸. Иначе говоря, диалогичность экранной культуры обеспечивает процесс по обмену информацией, который в результате научно-технической революции только разрастается. Однако, углубляясь в проблему диалогических отношений СМИ и аудитории, нельзя не обратиться к мнению И.М. Дзялошинского, утверждающего, что миссией журналистики в настоящее время становится тесное взаимодействие СМИ со своей аудиторией, сутью которой становится модерация диалога. Это означает, что журналистское сообщество способно и обязано формировать некую медийную среду для ведения равноправного диалога между различными социальными группами «сколь ни велики они и не различны по идеям, целям и организации»¹²⁹.

Соглашаясь с данной трактовкой, подчеркнем: сущность диалогичности экранной коммуникации заключается в продуктивном взаимодействии суверенных позиций субъектов, составляющих единое и многообразное смысловое пространство и отражающих общую культуру. При этом, главным отличием диалогичности от монологичности является

¹²⁸ Цвик В.Л. Телевизионная журналистика.— М.: Юнити-дана, 2009. С.14.

¹²⁹ Дзялошинский И.М. Российское телевидение: противостояние матриц //Вестник ВГИК, 2011, №9.С.126.

стремление к пониманию и обеспечению взаимосвязи различных взглядов и идей по отношению к оценке явлений, расстановке социальных сил. Сформулировать же определение диалогичности применительно к массовой коммуникации и, в первую очередь, к продукции экранной культуры, к коей относятся и телепрограммы разговорного жанра, можно следующим образом:

Диалогичность – это сложное и многоаспектное явление, присущее диалогическим отношениям, которое выступает в качестве признака коммуникативности и представляет собой экспрессивную форму выразительности, придающую характерную эмоциональную окраску межличностному общению и объектно-субъектному взаимодействию, выраженным в вербальной/невербальной и речевой коммуникации.

В данном контексте экранная культура предстает как катализатор специфических форм социальности и социальной интеграции. В условиях становления информационного общества «ядро цифрового времени» составляет новый тип личности – это появление «человека медийного»¹³⁰, возникающего в процессе развития сетевого цифрового общества, к важнейшим потребностям которого относится необходимость получать предельно достоверные сведения о событиях в мире. И повседневная практика, как телесмотрения, так и погружения в виртуальное медиaprостранство, это подтверждает. Локальные события становятся поводом к возникновению чувства глобальной сопричастности у тех, кто «участвует» в этих событиях. Именно коммуникативная функция дает возможность диалогу выступать мощным катализатором, который при выработке механизма дальнейшего развития электронных медиа, предстает не как «яблоко раздора», а как «культурный клей», с целью объединения аудитории в единое целое. При этом медиатекст телепрограмм, будучи результатом диалектического мышления субъектно-субъектного взаимодействия и одновременно источником противоречий, должен

¹³⁰ Вартанова Е.Л. «Человек медийный» как результат социального развития?// Меди@льманах, 2015, № 5 (70), С. 8-10.

рассматриваться как необходимое условие формирования инновационных подходов к информационной политике с целью цивилизационного развития современного общества.

Краткие выводы к Первой главе:

- Понятие «диалогичность» многоаспектно, с развитием науки оно обретает все новое содержание и характеристики; на современном этапе, по отношению к продуктам экранной культуры, эта дефиниция характеризуется как признак коммуникативности, присущий экранной продукции. В этом качестве диалогичность способствует процессу познания, приобретению индивидом эмпирического опыта, формированию и становлению его личности. Диалогичность является неотъемлемой компонентой телепрограмм разговорного жанра, обеспечивая производителям передач активное вовлечение телезрителей в публично репрезентуемые, посредством экрана, дискуссии при обсуждении социально значимой проблематики. Это подтверждает наличие у телепрограмм разговорного жанра таких признаков диалогичности, как *знаковость, адресность, антропоцентризм, симультанность, персонификация, интерактивность* и др.

- Экранная культура, находясь в стадии эволюции под влиянием инновационных технологий, продуцирует на современном этапе принципиально новые формы общения и диалогического взаимодействия, способствующие трансформации социальных отношений, где основополагающей структурной единицей акта общения является медиатекст, отражающий как целеполагающие установки создателей экранной продукции, так и принципы формирования диалогических отношений в социуме.

- ТВ формирует диалогическую связь с потребителем телепродукции, где сущность взаимонаправленного «телевизионного общения» заключается в совместном созидании обновленного цивилизационного смысла идей, транслируясь при этом параллельно с «живой жизнью», где экранное изображение воспринимается зрителем как часть жизненных реалий. С

помощью телевидения индивид получает знания об окружающей среде, удовлетворяет свои гедонистические потребности, но одновременно и попадает под влияние экранных образов, обретая некую ментальную зависимость от них, проявляющуюся порой в искаженном восприятии реальности.

- Смысловые связи медийного дискурса основываются на многоуровневой структуре, принципы функционирования которой изучает новое научное направление – медиалингвистика, позволяющая при анализе медиатекстов создавать стилистический облик речевых практик социокультурного значения, адаптирующегося в современном обществе.

- Основные характеристики медиатекста телепрограммы выходят за чисто лингвистические рамки, это и способ подачи информации, и художественно-образные средства, и тематическая доминанта и пр., однако, с его изначальной направленностью на построение коммуникации с аудиторией, наблюдается отсутствие в экранной среде стремления к соблюдению правил и норм русского языка, что противоречит целям успешного диалогического взаимодействия.

ГЛАВА 2. ДИАЛОГИЧНОСТЬ ТЕЛЕПРОГРАММ РАЗГОВОРНОГО ЖАНРА В ПРАКТИКЕ ОТЕЧЕСТВЕННОГО ТВ

2.1. Жанровое разнообразие телепрограмм – эффективный механизм представленности диалогических отношений «экран – зритель»

Определение термина «телепрограмма» установлено ст. 2 Закона РФ «О СМИ», согласно которому это совокупность периодических аудиовизуальных сообщений и материалов (передач), имеющая постоянное название и выходящая в эфир не реже одного раза в год¹³¹. Телепрограмма - это законченное цельное произведение. Ее конкурентоспособность определяется, прежде всего, фактором предпочтений зрителя, поэтому производители постоянно ведут поиск тех параметров телепродукта, которые обеспечат телепрограмме высокий рейтинг. Во многом успех телепрограммы зависит и от умения построить продуктивный диалог с аудиторией. Диалогическое взаимодействие - это, помимо прочего, осмысленность процесса донесения и восприятия информации, в целом же процесса коммуникации, который является ключевым фактором в работе тележурналиста. Телепродукт как таковой, учитывая его направленность на потребителя, есть прежде всего объем определенной информации, адаптированный специалистами СМИ таким образом, чтобы облегчить его восприятие аудиторией и максимально усилить эмоциональное воздействия на нее. Любое экранное сообщение, в том числе телевизионное, является совокупностью простых телеформатов. Понятие *формата*, используемое в медиаиндустрии многие годы, не получило однозначной формулировки: чаще всего его трактуют как систему идентификационных признаков и правил создания телепрограммы, или как способ включения зрителя в интерпретацию экранного события. В связи с тем, что одной из главных задач телеканалов является максимальное увеличение аудитории, в том числе с учетом конкуренции, объемы выпуска отечественного телепродукта

¹³¹ Закон «О СМИ» с поправками 2016 года// URL.:<http://35.rkn.gov.ru/p7589/p16020/p18823/> (дата обращения 5.02.2017).

постоянно растут, регулярно расширяется и его *видовой состав*. Это оказывает прямое воздействие на расширение *жанрового разнообразия* эфирного контента.

Л.Шибеева, В.Л.Цвик, А.А.Тертычный определяли понятие «жанр» как *форму* или *тип* «отображения действительности», но телевизионный жанр можно охарактеризовать также и как *способ* подачи материала. В разных работах, анализируя специфику жанра, А.А.Тертычный писал, в частности, о том, что жанр служит как рациональному *познанию* действительности, так и *эмоциональному сопереживанию* отображаемых событий, предоставляя «возможности для автора выразить свое отношение к отображаемой действительности в текстах»¹³². Таким образом, жанр используется как некая схематическая структура, необходимая для отражения жизненных реалий при создании медиатекста.

В принципе любая схема может быть задана набором характерных правил или стратегий. Так, Т.А. ван Дейк определяет порядок последовательности репрезентации отдельных культурных категорий, в которые включает: «Краткое содержание, Обстановку, Направленность, Осложнение, Развязку, Оценку и Код»¹³³. Если понимать телевизионный жанр как некую схему, то исходя из структурной закономерности, его можно определить и как модель, сформировавшуюся в результате элементарных упрощений, сделанных для удобства передачи сообщений. В диалогической связи «экран – зритель» без использования аудиторией специальных обобщающих кодов процесс расшифровки медиатекста адресатом занял бы значительно больше времени. Связность только на микроуровне затрудняла бы понимание, и, следовательно, процесс диалогических отношений с их неотъемлемой обратной связью. Отсюда следует, что структуры,

¹³² Тертычный А. А. Жанры периодической печати. – М.: Аспект Пресс, 2000//URL.: <http://www.twirpx.com> (дата обращения 12.03.2012).; Тертычный А.А. Перспективы развития жанровой системы СМИ России// Журналистика и медиаобразование-2010: Сборник трудов IV Международной научно-практической конференции 22–24 сентября 2010 г. – Белгород: «БелГУ», 2010. С.51.

¹³³ Ван Дейк Т.А. Язык.Познание.Коммуникация. – Б.:БГК им.И.А.Бодуне де Куртунэ, 200.С.131.

отражающие тематическое содержание и схематическую форму, важны не только в теории журналистики, но и в действующих процессах *производства* и *понимания* телесообщений. На основе рассмотренных процессов, можно утверждать, что создание и трансляция телепрограмм для работников медиаиндустрии не просто творческий процесс, а скорее набор конструктивных стратегий, находящихся под социальным контролем.

Создание телепрограмм определяется присущими им моделями, вариации которых должны быть ограничены, ибо у зрителей существуют некие «рамки интерпретации», предопределяемые более или менее сходной точкой зрения. Иными словами, жанр выступает неким условным инструментом, который позволяет облекать накопленный индивидом жизненный фактографический материал в приемлемую для восприятия форму. Кроме того, он помогает «вписать» создаваемый продукт в строго определенные условия вещания телеканала. Так, С.Н.Ильченко употребляет понятие «жанровое телевидение», которое, по его мнению, идеально подходит для того, чтобы, отдавая дань предпочтениям аудитории и основываясь на ее визуализированном восприятии, информация проникала в сознание воспринимающего субъекта «вне зависимости от целенаправленного стремления зрителя эту информацию получить»¹³⁴. Таким образом, жанры можно рассматривать и как некие «готовые образцы» для выстраивания диалогических отношений «телеэкран-зритель».

Выстраивание диалогических отношений в рамках имманентной связи «телеэкран-зритель» – своеобразный современный код, с помощью которого массовая информация шифруется создателями экранного продукта и дешифруется зрителем, обеспечивая тем самым реализацию прямого или опосредованного диалога. Если обратиться к классической классификации телевизионных жанров, рассмотренной В.Л. Цвиком, то можно в зависимости от их функций проследить, как проявляются в телепрограммах

¹³⁴ Ильченко С.Н. Система жанров отечественного телевидения и ее трансформация в условиях глобализации информационного пространства. Ч.1. – М.: ИПК работников ТВ и РВ. 2012. С.55-56.

те или иные диалогические свойства. Так, нацеленность *информационных жанров* на простую фиксацию основных деталей события дает возможность стремительно информировать людей. Именно эти программы лежат в основе периодических новостных циклах на современных телеканалах. *Аналитические жанры* предоставляют возможность проанализировать причины явлений и прогнозировать их последствия, а также обратить внимание зрителей на внутреннюю сущность процессов и явлений, обозначить скрытые взаимосвязи. Зачастую, создатели телепрограмм не просто предлагают телезрителям свою трактовку событий, а делают зрелищным ход самого познания, призывая зрителя к со-размышлению. *Художественные жанры* обеспечивают создание духовно-обогащенного образа предмета, позволяя телезрителю рационально познавать мир и испытывать при этом сильные впечатления, эмоции разного диапазона. Данный тип телепродукции создает некое «глубинное личностное проникновение» познающего субъекта в объект. В целом диалогическая задача жанровых форм состоит в показе взаимосвязей экранных событий, которые ежедневно происходят в жизни общества, самих телезрителей, чтобы помочь индивиду сформировать свое отношение к экранному образу с позиции его жизненного опыта.

Необходимо, однако, отметить, что современный медиатекст характеризуется отсутствием избранного автором единственного правильного кода. Постмодернистские эксперименты способствовали стиранию граней между традиционными видами и жанрами как в области искусства, так и телепроизводства. Известно, что ряд ученых рассматривает жанр как определенный *стиль* подачи материала. Но философ и социолог Ф.Уэбстер, условно вступая в полемику с подобными воззрениями, напоминает: «любой стиль отвергается постмодерном, склонным к сопоставлению и смешению всего «как признак претенциозности»¹³⁵.

¹³⁵ Уэбстер Ф. Теории информационного общества.- М.: Аспект Пресс, 2004.С.321.

Еще в XIX веке писатели и журналисты отмечали *условность* жанровой классификации, а во второй половине XX столетия, когда экранная культура стала частью социальной коммуникации, это стало особенно явным. На телевидение, в начале его становления, жанровые формы пришли из литературы, периодической прессы, радио, и потребовалось время, чтобы вписать телевизионные продукты в жанровые формы. Сейчас становится очевидным, что не все телепрограммы «укладываются» в теорию жанров. «То и дело мы видим, как жанры видоизменяются, взаимопроникают друг в друга – это явление называется диффузией. На стыке жанров подчас точнее отражаются сложные жизненные отношения, драматические коллизии нашего времени», – писал В.Л. Цвик¹³⁶. К этому замечанию можно добавить, что основную часть эфирного времени ведущих российских телеканалов уже в цифровой период составляют премьерные программы определенных жанровых и форматных групп: информационные, информационно-просветительские (материнство, садоводство, авто и т.д.), документальные циклы, журналистские расследования, различные юмористические программы, инсценировочные проекты, большинство из которых сложно отнести к сугубо информационным, аналитическим или художественным жанрам.

В частности, передача «Прожекторперисхилтон», выходившая в эфир на «Первом канале» с 2008 по 2012 годы, позиционировалась создателями как развлекательная и включала как аналитические, так и юмористические элементы. В программе юмористы читали новости из ведущих печатных изданий, остроумно их комментировали. До этой поры в российском эфире не было практики представления юмористического обзора информационной картины дня, прежде казалось, что политика и экономика – вещи малосовместимы с юмором. Журналист А.Александров объяснил этот «жанровый гибрид» вступлением российского телевидения в фазу постмодерна, «где все ценности эпохи модерна, в том числе демократия,

¹³⁶ Цвик В.Л. Телевизионная журналистика. – М.:Юнити Дана, 2009.С.40.

политика и экономика, начинают утрачивать свой сакральный и, соответственно, неприкосновенный характер»¹³⁷. То, что с эволюцией экранной культуры телепрограммы перестают сохранять чистоту жанра, заметила еще в 2007 году создатель спецпроектов на «Первом канале» Н.Никонова. «Развлечение современного уровня – это сложно приготовленное блюдо. Сейчас никто не будет с тобой развлекаться, если ты не предложишь интересную и позитивную модель»¹³⁸. Если в начале 2000-х годов между ток-шоу и реалити-шоу можно было провести четкую грань, например, ток-шоу «Большая стирка» («Первый канал») и реалити-шоу «За стеклом» («ТВ-6»), выходявшие в эфир в 2001 – 2004 годах, то постепенно эта грань практически исчезла. Так, в реалити-шоу «Дом-2» («ТНТ») уже в 2007 году стало традицией проводить телемост с обсуждением животрепещущих проблем на лобном месте. Или другой пример: когда сборная команда четырех программ «Фабрика звезд» отправилась на необитаемый остров (реалити-шоу «Последний герой», 5-й сезон, «Первый канал», 2004) – зрители получили два реалити-шоу в одном. Да и каждый сюжет ток-шоу «Пусть говорят» – это своеобразное реалити-шоу в миниатюре. А нашумевшее в 2011-2013 годах реалити-шоу «Каникулы в Мексике-2» (MTV) стало выпускать в 2012 году одноименное ток-шоу, в котором обсуждались события на мексиканской вилле. Таким образом, одни и те же герои одновременно становились участниками сразу двух телепроектов различных жанров. Краткий экскурс в недавнюю историю показа российских телепрограмм только подтверждает тенденцию смешения телевизионных жанров. В современных ток-шоу также ведется активный поиск оригинальных подходов и форм представления сюжетов, к которому привлекается, что естественно, и некий спектр телепрограмм, уже выходявших в эфир и заслуживших признание зрителей. Например, это

¹³⁷ Александров А.Прожектор постмодерна//Коммерсант-Власть, 2009, №36.// URL: <http://www.rossia3.ru/culture/projector> (дата обращения 20.10.2013.).

¹³⁸ Ланкина Е. Наталья Никонова: «У каждой женщины свой Малахов»././Московские новости, №38, 28.09.07.// URL: <http://lenizdat.ru/a0/ru/pm1/c-1054548-0.html> (дата обращения 2.04.2011).

нашумевшие в 2013-2017-е годы проекты «Первого канала» – «Минута славы», «Танцы на льду», «Голос», «Голос. Дети», «Цирк со звездами», «Гимнастика со звездами» (2013-2017 гг.), «Танцы» на «ТНТ» (2015-2017 гг.). Данные телепрограммы объединяют в себе и выступление, и интервью, и ток-шоу, и реалити: зрители наблюдают за борьбой героев не только, когда они на сцене, но и знакомятся с деталями закулисы. Напоказ выставляются как сложные моменты при подготовке номеров, тренировок, моментов самопреодоления неудач, так и взаимоотношения участников в коллективе. Помимо непосредственного состязания талантов, почти обязательным компонентом шоу становится наличие драматургических аспектов взаимоотношений: скандалы, любовь, интриги, а также «исповедь перед камерой». В интервью герои программ открыто делятся чувствами, дают оценку другим участникам, тренерам, судьям. Обязательным атрибутом такой программы после концертного выступления является обсуждение экспертами и судьями не только таланта участника соревнования, но и его личности. Заключительным этапом мизансцены является призыв ведущего проекта, обращенный к телезрителям с тем, чтобы они приняли активное участие в голосовании, определяющее победителя. Все это подтверждает смешение различных ТВ-жанров, эволюционирование формообразования телепрограмм, в том числе развлекательных, ток-шоу, где основным критерием выхода в эфир новых передач является «естественный отбор», определяемый рейтингом.

Обращаясь к наследию М.М. Бахтина, его работам, посвященным эстетике словесного творчества, можно проследить в статье «Проблема речевых жанров» как ученый теоретически обосновывает необходимость свободного обращения с жанрами. Бахтин настаивал, что логичным продолжением принципа диалогичности авторских текстов Достоевского является допуск *вариативности* жанров, помогающих раскрыть творческую индивидуальность автора. «Чем лучше мы владеем жанрами, – подчеркивает Бахтин, – тем свободнее мы их используем, тем полнее и ярче раскрываем в

них свою индивидуальность, гибче и тоньше отражаем неповторимую ситуацию общения...»¹³⁹. Следовательно, и смешение телевизионных жанров предстает как процесс закономерный и даже необходимый, так как в производстве экранного продукта и на телевидении как средстве массовой коммуникации происходят эволюционные преобразования, связанные с проникновением создателей в жанровую канву телепрограмм с целью привлечения внимания телезрителей.

На жанровую структуру телевидения оказывают влияние и потребности телеиндустрии, которая испытывает воздействие социальных настроений, общественного мнения. Потребности *социума определяют* преобладание определенных форматов в экранной культуре в разные исторические периоды. Уже на раннем этапе развития кинематографа, пишет К.К.Огнев, экранная культура поставила перед собой задачу расширить охват зрительской аудитории: «идея движущейся фотографии оказалась сопряжена с идеей оптического театра, с обращением к публике, к адресату коллективному... И одним из основных путей социального детерминизма стало воздействие “снизу”, от зрителя, по законам, которые диктует рынок...»¹⁴⁰. Именно в «обладании» аудиторией кроется сила и власть медиа, а потому интерес зрителей к аудиовизуальному произведению – главный ориентир для создателей телепрограмм, во многом зависящих от расположения рекламодателей (широко известен закон медиарынка: «мы платим вам деньги, а вы предоставляете нам аудиторию»). Иными словами, диалогические взаимоотношения продукта и потребителя подчиняются закону диалектической взаимосвязи компонентов в классической бизнес-дихотомии «спрос-предложение» – обмен продукта на деньги и внимание потребителя. Рыночный принцип потребления, диктующий свои законы, заставляет создавать произведения определенного жанрового типа.

¹³⁹ Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. – М.: Художественная литература, 1979. С.259.

¹⁴⁰ Огнев К.К. Кино и ТВ между вымыслом и реальностью // Экранная культура в XXI веке. – М.: ФГОУ ИПК работников ТВ и РВ, 2010. С.53.

Наиболее популярным типом телепродукции служат *разговорные* жанры телепрограмм, благодаря высокой степени их диалогичности. Впервые понятие «разговорный жанр» встречается в книге Р.А. Борецкого «Информационные жанры телевидения» – первом теоретическом труде, посвященном исследованию тележанров (1961 г.). Исходя из телевизионной практики тех лет, Р.А.Борецкий относил к разговорным жанрам *выступление, беседу, интервью* и даже предположил, что в недалеком будущем появится созданный специально для телевидения жанр «пресс-конференции-диспута». Провидческие предположения российского теоретика массмедиа оправдались. Спустя шесть лет после обнародования этого предположения американский телеведущий Ф.Донахью создал телепрограмму, где активное участие принимала приглашенная в студию аудитория, которой была предоставлена возможность задавать гостям-героям передачи свои вопросы в эфире. Так возник новый разговорный жанр – *ток-шоу* (от *англ.* talk show – разговор-представление).

На современном телевидении к разговорным, т.е. словесно-логическим жанрам относятся те телепрограммы, где основным объектом показа выступает человек, обращающийся к аудитории посредством телеэкрана или, где представлен диалог двух и более человек, также ведущийся с целью привлечения внимания аудитории. Это именно те жанры, которые априори носят диалогический характер и ведут свою родословную от интервью. Они не только позволяют обмениваться репликами или мнениями, но и ярко демонстрируют движение живой мысли, рождение которой происходит на глазах у телезрителей. Телепрограмма разговорного жанра, как ни один другой экранный продукт, обладает возможностью отразить целый спектр мнений по заданной тематике. Преимущество этого типа телепрограмм заключается в том, что они, с одной стороны, активизируют интеллектуально-мыслительную деятельность аудитории, включая ее в процесс исследования заявленной в передаче проблемы, с другой – выполняют просветительно-аналитическую

функцию, помогая зрителям преодолеть инертность к рефлексии. Драматургия таких телепрограмм зачастую строится на столкновении точек зрения, что отвечает потребности индивидов с ярко выраженной склонностью к поиску истины.

Характеризуя этот современный тип продукта массовой культуры, необходимо отметить его приближенность к элементарным потребностям человека, в частности, ориентированность на природную, ближе к инстинктивной, чувственность и эмоциональность, а также предельную упрощенность содержания при определенной стандартизации публичного высказывания мнений, выраженной в американской культуре. Этот тип телепередач оказался, однако, провозвестником тех социальных процессов, которые проявились в цифровое время с особой силой, отразив потребность и стремление разных социальных слоев свободно высказывать свою точку зрения, быть услышанными. Кроме того, данный принцип стал основополагающим для выведения на медиарынок принципиально новых форм медиаресурсов, к которым следует отнести социальные сети, ныне изобилующие в информационном пространстве. Данный пример в определенной степени характеризует природную силу телевидения, степень влияния популяризируемой им продукции на эволюционные процессы медиарынка.

Правда, среди отзывов о современном телевизионном контенте, в частности, о социокультурных аспектах телепрограмм, встречаются мнения, что телеэкран предлагает, главным образом, «ширпотреб, сделанный по американским образцам». Многие телезрители, в основном старшего поколения, вспоминают советское ТВ, на чьих передачах выросли, обращая внимание на то, что телевидение было воспитательным, и несмотря на то, что оно сверх меры насыщало эфир идеологией, когда ребенок сидел у телевизора, родители знали, что он смотрит «Клуб путешествий», научно-популярную или историческую передачу. В некотором смысле, замечание справедливое – современный телеэфир изобилует программами

развлекательного характера. Однако, при сравнении телевидения советского периода с современным, многие телепрограммы выглядят сегодня архаично, что вполне понятно, поскольку изменились подходы к производству телепередач, формы их репрезентации, требования к содержанию, способы подачи контента и многое другое. Тем не менее, основным достоинством советского телевидения по-прежнему считается то, что оно было насыщено воспитательными, культурными программами в доступное для аудитории время, поэтому у многих телезрителей возникает ощущение, что советское ТВ предоставляло гораздо больше информации и содержательно качественных программ.

В то же время, следуя замечанию российского социолога А.Б.Гофмана о том, что как только заходит речь о массовой культуре, то «даже наиболее беспристрастные исследователи, убежденные в собственной приверженности демократическим ценностям, считают своим долгом ее осудить, сводя к низкопробной, пошлой продукции, создаваемой ловкими ремесленниками и мошенниками на потребу неразвитой в духовном отношении массе»¹⁴¹, необходимо отметить: судить о функции массовой культуры с позиций высокой эстетики не всегда оправданно. Это подтверждают и слова К.Э.Разлогова о том, что «массовой аудитории трудно воспринять произведение, автор которого старательно конструирует эстетическую дистанцию между художественным текстом и зрителем»¹⁴². Антитезы «высокое – массовое искусство», «научное – обыденное сознание» не воспринимаются эстетикой постмодернизма как актуальные.

Характеризуя современные российские телепрограммы, можно утверждать: их нельзя традиционно отнести к «высокой» или к «низовой» культуре, в настоящее время производится скорее некий ориентированный на средние эстетико-интеллектуальные потребности массового зрителя продукт. Эта установка на массовое потребление, как универсальность для широкого

¹⁴¹ Цит.:Ерасов Б.С.Социальная культурология.-М.:Аспект Пресс, 2000.С.415.

¹⁴² Цит.:Там же.С.414.

большинства, не лишает медиапродукт креативности, талантливых решений и разнообразия, отвечая потребностям дифференцированной аудитории. Особенность современного медиапродукта в том, что усредненность его содержания и форм позволяет ему быть востребованным, охватить значительную часть социальных слоев. И что крайне важно, – осуществлять диалогическую функцию, которая, с одной стороны, придает экранному произведению некие неповторимые характеристики, позволяющие его легко идентифицировать, выделить среди других товаров-конкурентов, а с другой – иметь такие привлекательные свойства, в том числе и провокационного характера, которые обеспечивают его массовое тиражирование. Появление у телепрограмм одноименных интернет-сайтов ярко характеризует эту тенденцию.

В условиях, когда рынок показывает массовый спрос на простую и понятную семантически продукцию, нередко выраженную в довольно примитивной форме, диалогическая связь «телепродукт-потребитель» осуществляется в связи с жанрово-тематической структурой российского эфирного телевидения, которая характеризуется доминированием программ развлекательного типа. Доля развлекательного контента на федеральных телеканалах в 2015 году составила 57,1%¹⁴³. Несмотря на стремление создателей телепродукта удовлетворить спрос, данные опросов общественного мнения выявляют многочисленные упреки в отношении содержания телевизионного программирования. Согласно опросам, аудиторию раздражает, что на экране слишком много новостей пессимистического содержания, сцен насилия, катастроф, зарубежной продукции, рекламы, дурных образцов поведения и искажения русского языка и т.д.. Налицо неудовлетворенность части аудитории содержанием телепрограмм, которое проявляется в том, что «zapping» (по К.Э.Разлогову) «превращается в жвачку», за чем следует отказ от телесмотрения.

¹⁴³ На российском ТВ выросла доля развлекательных передач//URL.: <http://satsis.info/news/9973-na-rossiyskom-tv-vyroslo-dolya-razvlekatelnyh-peredach.html> (дата обращения 6.12.2016).

Причина кризиса современного телевидения и его программной политики во многом связана с избытком предложений и зрительской усталостью от повторяющихся тем и сюжетов, но главным образом, это является следствием замыкания телевизионной аудитории в своеобразный круг собственных коммуникационных потребностей в условиях, когда обе стороны «культурной сделки» – производитель и потребитель – *взаимозависимы*. Данную проблему обозначил и генеральный продюсер «Первого канала» К.Эрнст: «...модель, которая сложилась к середине 1990-х годов и эффективно работала на протяжении 15 лет, принося зрителям удовольствие, а программам – высокий рейтинг, закончилась, сломалась, исчерпала саму себя... Сегодня нужны новые форматы»¹⁴⁴. Для поддержания эффективного диалога с аудиторией цифровая среда требует производства телевизионного продукта нового типа. Потребностям современного общества мог бы соответствовать содержательный функциональный контент, наполненный глубокими смыслами.

Тем не менее, разворот телевизионной продукции в сторону большей содержательности и мотивации к познанию требует от ее создателей немалых знаний в сфере развития массмедиа, в первую очередь, теоретических, включая изучение процессов в социологии, психологии, философии. Поскольку именно в этих гуманитарных науках скрыты секреты привлечения внимания аудитории. Еще в IV до н.э. Аристотель в своем трактате «Риторика» выделяет три ведущих принципа, которым необходимо следовать, чтобы добиться внимания аудитории, обозначая их как *пафос*, *логос* и *этос*. Используя эти, присущие телевидению, диалогические свойства, данное массмедиа в состоянии оказывать сильное эмоциональное воздействие (*пафос*), содержать интеллектуальный компонент (*логос*), а также соответствовать нравам и традициям данного общества (*этос*). При этом особое внимание необходимо уделять *эффективности* диалогического

¹⁴⁴ Цит.по:Ильченко С.Н. Система жанров отечественного телевидения и ее трансформация в условиях глобализации информационного пространства.Ч.1.– М.:2012.С.58.

взаимодействия российских телепрограмм и аудитории, где под «эффективностью» понимается связь между способностью работника телевидения к передаче информации и готовностью зрителя к ее восприятию. В частности, Ю.П.Буданцев определяет понятие эффективность как «способность передать информацию другому в нужное время и место, в удобной для принятия форме»¹⁴⁵.

При этом показателем эффективности диалогического взаимодействия служит степень включенности человека в систему общественных отношений, его вовлеченность в диалог: телевизионное сообщение (по Бахтину) только в соприкосновении с «потребителем» порождает информацию, таким образом, информацией является «сработавшее» сообщение, т.е. использованное аудиторией. Для повышения эффективности взаимодействия в сфере массовой коммуникации именно *обратная связь* имеет приоритетное практическое значение, благодаря ей, как отмечает основатель теории информации К.Э.Шеннон, «источник информации узнает, достигнут ли желаемый результат»¹⁴⁶. А это именно та реакция, которая была задумана коммуникатором изначально.

Для анализа основных факторов включенности телеаудитории в систему диалогических отношений, складывающихся между ее элементами, целесообразно использовать коммуникационную схему одного из основоположников отечественной теории тележурналистики Э.Г. Багирова: *Реальная действительность → структура личности → структура социальных отношений → процесс отражения → процесс творчества → процесс восприятия → обратная связь → и как результат социальный опыт и социальное действие.*

Опираясь на данную схему, можно оценивать *эффективность диалогического взаимодействия* аудитории и экранного продукта *на отдельных стадиях обмена* информацией. Если при этом за

¹⁴⁵ Буданцев Ю.П. Экранный образ.— М.: МГИМО, 1993. С 16, 32.

¹⁴⁶ Шеннон К.Э. Работы по теории информации и кибернетике.—М.: Издательство иностранной литературы, 1963. С.405.

основополагающие параметры, влияющие на эффективность коммуникации, принять природу источника сообщения, особенности формы и содержания самих сообщений, а также обстановку, в которой субъекты их получают, то (начиная от постановки целей, первоначальный этап) в качестве главного критерия эффективности следует рассматривать прежде всего *возможность контакта* источника информации и реципиента. А на этапе непосредственного производства сообщений/текстов оценка эффективности будет связана с *частотой обращения* реципиента к информации того или иного канала и носить абстрактный характер. На финальных же этапах размножения и передачи информации, эффективность целесообразно оценивать в зависимости от степени *полноты ее приема*. Иными словами, при наличии показателей всех этих характеристик на различных этапах обмена информацией диалогическое взаимодействие аудитории и экранного продукта существенно возрастает, а сам этот процесс из отдельных стадий перерастает в целостный.

Таблица № 6

Характеристики эффективности диалогического взаимодействия

Этапы коммуницирования	Показатели эффективности взаимодействия
<i>Начальная стадия</i>	Наличие доступа зрителя к телепрограмме, возможность ее просмотра (техническое обеспечение)
<i>Стадия производства</i>	Количественные показатели включения телевизора, выбор программы
<i>Финальная стадия</i>	Полнота приема информации, продолжительность вовлеченности зрителя в телепрограмму

Эффективные диалогические отношения в рамках экранной коммуникации предполагают, помимо прочего, определенную «технологичность» данного процесса, что определяется *оперативностью*

связи, *содержанием* экранного продукта, *характером взаимоотношений с аудиторией*.

Таким образом, при производстве телепрограмм должна быть соблюдена прямая направленность на создание коммуникации, способной обеспечить поддержание интереса и взаимопонимание между коммуникатором и аудиторией. Тележанр при этом выступает как основной способ пространственно-временной организации телевизионного продукта при его производстве. Во взаимодействии «экран-зритель», как уже отмечалось, предпочтения аудитории влияют на содержание телеконтента. При этом диалогичность как неотъемлемое свойство продуктов экранной культуры само по себе проявляется в построении медиатекста, который рассматривается как «коммуникативное событие», обеспечивающее причинно-следственную связь между объектом (телепрограмма) и субъектом (аудитория), начиная от жанрового формообразования экранного произведения и заканчивая перманентным обновлением его «жанровой палитры» в зависимости от признания или непризнания аудиторией распространяемого экранного продукта.

2.2. Полемический диалог в ток-шоу на российском телевидении

Одной из основных характеристик полемики как формы диалога является конструирование коммуникационных процессов с целью добиться в рамках речевого общения доминирования позиции одного из участников диалогических отношений над позициями других коммуникантов. Этот спор рождается при наличии противоположных суждений об одном и том же предмете или явлении. В качестве наиболее существенных признаков полемического диалога следует выделить *сопоставление* и *противоборство* разных точек зрения. Полемичность в данном контексте понимается как противопоставление различающихся позиций относительно общей темы.

Полемический диалог в телепрограммах разговорного жанра нередко служит основой их драматургической составляющей. Главным критерием

выбора темы в таких программах становится ее *проблемность*, т.е. предмет разговора избирается таким образом, чтобы он не только отражал жизненные реалии и представлял общественный интерес, но и предполагал различные суждения. Основным *условием* полемического диалога является наличие как минимум *двух* говорящих. Но участников дискуссии может быть и больше, в этом случае обсуждение предстает в виде *полилога*. Полемический диалог служит основой для передачи социального знания и обязательно несет в себе *познавательный* элемент. В идеале такой диалог или полилог характеризуют: ясность высказывания, краткость изложения, конкретность мысли.

К основополагающей стратегии ведения дискуссии относят «железную логику», т.е. доказательство своей точки зрения путем аргументации. Важной целью полемического диалога выступает *поиск истины*, при этом экранный диалог превращается в публичное *обсуждение* волнующих общество проблем.

В наибольшей степени коммуникативные возможности полемического диалога способны воплотиться именно в жанре ток-шоу. По сути, ток-шоу – телепрограмма, которая основывается на противопоставлении позиций, участвующих в программе субъектов. Важнейшая задача ток-шоу – вовлечь в широкую полемику как можно больше участников. В полемическом диалоге ток-шоу могут высказываться люди, причастные и не причастные к обсуждаемой истории: герои событий, их родственники и соседи, противники, очевидцы, эксперты, знаменитости и другие. Структура участников классического ток-шоу представляет собой треугольник: *ведущий* – *эксперты* – *зрители* в студии. Обычно полемический диалог ток-шоу осуществляется среди нескольких групп собеседников.

Полемический диалог на телевидении имеет двунаправленный характер и учитывает как фактор межличностного общения в студии, так и наличие широкой зрительской аудитории у экрана: при организации содержательной составляющей телеобсуждения ведущий ток-шоу, как и при создании иных телепрограмм разговорного жанра, обязательно учитывает

фактор *двойного адресата*. В результате, применяемая конструкция, к которой апеллируют почти все ведущие ток-шоу, примерно такова: «обратимся к мнению народа», «посмотрим, как проголосует народ». Иначе говоря, используемое в передаче понятие «народ» мыслится как источник наиболее взвешенных суждений и адекватного решения проблем, ведь именно на его суд выносятся вся противоречивость, характеризующая тематику обсуждения во время показа ток-шоу. Человек у экрана откликается на «*многоголосие*» суждений гостей в студии, и тем самым в косвенной форме вступает в диалог с участниками телепередачи, имеющими разное суждение по предложенным проблемам. Более того, так как шоу создается для телезрителя, именно его критическое отношение трактуется как генеральная *понимающая позиция*, обращенная к рефлексии, связанная с *оценкой* представленных на экране идей, обоснованностью суждений. Именно человек по ту сторону экрана, по терминологии диалогистов, собирает «*рассеянные смыслы мира*», придавая происходящему в студии эмоциональный эквивалент и ценностную позицию. Как справедливо отмечает Н.К. Привалова, «мы вправе рассматривать происходящее на экране как социологический эксперимент, а гостей в студии – как модель общества с достаточно репрезентативной выборкой испытуемых и по возрасту, и по образованию, и по социальному положению»¹⁴⁷.

Учитывая диалогические особенности телевидения отметим что, вся структура диалога в ток-шоу подчинена, по Луману, *наблюдателю* – начиная от фазы вступления в контакт до организации содержательного концепта в структуре диалога, включая отбор тематики разговора и способов обсуждения. Однако следует учитывать, что ток-шоу относится к аналитическим жанрам. В частности, В.Л. Цвик определил этот тип разговорной телепередачи как «эксплуатирующий естественную человеческую потребность в общении с себе подобными»¹⁴⁸. Важно

¹⁴⁷ Привалова Н.К. Слабое звено больших стирок. Заметки о ценностных ориентациях некоторых современных телепрограмм. – М.: ИПК работников ТВ и РВ, 2002. С.19.

¹⁴⁸ Цвик В.Л. Телевизионная журналистика.-М.:Юнити Дана, 2009.С.299-300.

отметить, что полемические медиатексты ток-шоу, с их заметной выраженностью спорности утверждений, обладают сильнейшим свойством интерактивности, понимаемой как возможность обеспечения двусторонней взаимосвязи. Полемический диалог в ток-шоу обуславливается *стратегией побуждения аудитории* к со-творчеству в поисках решения той или иной проблемы. А потому, помимо гостей в студии, к полноправной категории участников полемического диалога в ток-шоу необходимо отнести и телезрителей.

Широким спектром диалогических свойств и полемических возможностей ток-шоу обязано тому, что возникло, как пишет В.Л.Цвик, на «стыке жанров»: т.е. данная программа включает интервью, беседу, дискуссию, круглый стол, пресс-конференцию, элементы репортажности. Фактически история становления ток-шоу в России началась со спора выдающихся московских журналистов Э.Пархомовского, Г.Шерговой, Э.Графова и других (почти 10-ти человек) в телеэфире о том, как сделать из Арбата улицу для отдыха с кафе, кинотеатрами, выставками. Во второй половине 1960-х на 4-й экспериментальной программе Центрального телевидения срочно потребовалась интересная и, главное, незатратная финансово программа. Стало очевидным, что встреча интересных собеседников за одним столом и поднятая ими острая социальная проблема позволяют оперативно создать телепередачу, привлекательную для аудитории. Тогда и возник некий прототип современных ток-шоу. Следует отметить, что полемика той знаменитой передачи велась на высоком культурном уровне, в доброжелательной атмосфере, свойственной советскому телевидению. Целью же сопоставления и оценки взглядов собеседников, участников программы, было не выяснение отношений, а демонстрация их находчивости и эрудиции, блеск мысли. Программа, участники которой обрели возможность свободно дискутировать в эфире, имела немалый успех у телезрителей того времени, однако, идеологический

нажим не позволил ей продержаться на экране более года. Под давлением цензуры программа была закрыта.

Данный пример в производстве телепрограмм весьма показателен. Полемический диалог может процветать только в условиях демократии, свободы выражения мнений. Лишь десять лет спустя, когда некоторая либерализация общественно-политической жизни дала новый импульс для развития телепрограмм разговорного жанра, режиссеры В.Гроссман и О.Погорелов выпустили научную рубрику «Эврика», где в оборудованной под амфитеатр в три яруса студии шло обсуждение между студентами, аспирантами и учеными актуальных проблем. Живое общение, острая драматургия мысли, зрелищность и динамика обсуждения, разворачивающихся на глазах у зрителей, сулили и этой передаче большой успех, однако противостояние между партийно-государственным руководством и деятелями культуры привело к доминированию консервативных решений в управлении телевидением. Гостелерадио вынуждено было закрыть и эту телепрограмму.

На рубеже 1980–1990-х годов, когда начались «перестроечные» процессы, а в духовной жизни общества активно стали предприниматься попытки разобраться в причинах «деформаций» социализма, в историю отечественного телевидения вошли телемосты «Россия-США», ведущими которых выступали Владимир Познер (СССР) и Питер Дженнингс (США). Одна из таких программ была посвящена роли массовой информации в России. Прочитируем вопрос-ответ участников этого полемического диалога, чтобы выявить его особенности.

С. Топинг (журналист, США): ...Представляется ли вам, что политика гласности, проводимая господином Горбачевым, будет продолжаться всегда, или есть вероятность того, что оппозиционно настроенные элементы в Советском Союзе могут закрыть это окно...?

*А.Шалнев (журналист СССР): ...Что касается **вашего** вопроса о том, как долго гласность будет продолжаться, то **мы** хотим надеяться на то, что она будет продолжаться до бесконечности*¹⁴⁹.

Из приведенного примера видно, что полемический диалог в телемостах представляет собой общение контрастных по ментальности или точке зрения представителей социальных групп. Полемические тексты этих программ свидетельствуют о том, что либерально настроенная интеллигенция активно поддерживала реформаторский курс М.С.Горбачева. В то же время особенностью подобного диалога является минимально персонифицированная форма общения: между группами участников в диалоге вместо «Я» превалирует местоимение «Мы», кроме того, участники чаще высказываются не от себя лично, а от лица группы, и вопрос задается чаще не конкретному лицу, а обращается к человеку как к представителю группы. Различное отношение к происходящим в стране конфликтам эти программы отражать еще не могли, однако они служили способом обнародования многих фактов, не подлежащих до этого огласке.

В 1990-е годы, когда в России исчез идеологический диктат и была отменена цензура, относительно новой тенденцией на отечественном телевидении стало обращение к обычному человеку, не обладающему особыми дарованиями. Демократизация общества и идеологический плюрализм подарили возможность рядовым гражданам высказываться в телеэфире. «Обычный человек, – писал Т.Прошкин, – обрел свой голос в экранном действе, получил возможность выступить наравне с профессионалами»¹⁵⁰. Одним из самых популярных телепрограмм того времени стало ток-шоу Валерия Комиссарова «Моя семья» на телеканале ОРТ¹⁵¹. В дальнейшем, особым вниманием у уставшей от «официоза» аудитории стала пользоваться рубрика «Маска», где гость, приглашенный

¹⁴⁹ Телемост Москва-Сан-Франциско 1987г.// URL: <http://mecvideo.ru/video/Xe4ikf2TUEw> (дата обращения: 5.08.2013)

¹⁵⁰ Прошкин Т.А. Организация телевизионного ток-шоу. – М.:ИПК работников ТВ и РВ, 2006.С.4.

¹⁵¹ Прежнее название «Первого канала». – *Прим. авт.*

для интервью, лицо которого было скрыто, откровенно рассказывал аудитории о проблемах в личной жизни. В одной из таких телепрограмм (1992 г.) человек в маске рассказывает о том, что не знает, стоит ли говорить сыну, склонному к суициду, о том, что его жена из-за нехватки денег занимается проституцией. Публика в студии и, так называемые, «соседи», другие герои, пришедшие на программу со своей историей, пытаются помочь ему советом. При этом характер обсуждения в студии – уважительный.

Важно отметить, что на том историческом этапе ни индивид, ни общество в России еще не достигли того уровня раскрепощенности, который позволяет прилюдно обсуждать проблемы интимного характера, что называется «лицом к лицу». Отсюда и маска, неотъемлемый атрибут программы, а фактически ее характерный символ. Однако, если говорить о публичной открытости, как явлении на телеэкране в контексте эволюционирования диалогичности программ разговорного жанра, оценить факт показа этого типа передач можно как значительный прорыв российского телевидения к экранной раскованности и естественности. До этого времени в программной политике телеканалов доминировала «ментальная закрытость» и скованность простых людей, привыкших жить в рамках «строгих приличий». Совсем не просто было уговорить гражданина прийти в студию, поделиться с публикой самым сокровенным. Телевидение того времени, которое, судя по всему, стремилось раскрыть сущность «внутреннего человека» в российском обществе, во многом напоминало публичную исповедальню. Диалогисты XX века писали, что «исповедь есть раскрытие себя перед другим, она дает возможность... овладеть внутренним человеком, увидеть и понять его нельзя, делая его объектом безучастного нейтрального анализа, нельзя овладеть им и путем слияния с ним, вчувствованием в него. Нет, к нему можно подойти и его можно раскрыть – точнее, заставить его самого раскрыться – лишь путем общения с ним,

диалогически»¹⁵². Именно по этому пути начинает развиваться отечественное телевидение, экспериментируя с программами разговорного жанра. Однако необходимо отметить, что публичная исповедь как форма репрезентации имеет рамки дозволенного, за которые не следует переходить.

Благодаря своим полемическим свойствам, ток-шоу открывает широкие горизонты для познания и, как следствие, понимания человеком человека, а также самопознания. Откровенность гостей, приглашенных на телепередачу, и активность аудитории во многом достигается благодаря располагающей к беседе уютной атмосфере в студии, по-домашнему обставленной, где идет запись. Внешние характеристики влияют и на качество публичного диалога, в рамках которого формируются «живые диалогические отношения», позволяющие каждому проникнуться личностными проблемами Другого, соотнести чужую жизнь со своей. Это, своего рода, популяризация некоего эмпирического опыта, который воспринимают как присутствующие в студии, так и телезрители. Такой диалог создает ситуацию, требующую от его участников четкого обозначения собственной смысловой позиции по отношению к обсуждаемой проблеме. Задача полемического диалога - показать различия в оценке информации, обозначить проблему и отразить спектр мнений от одобрения до несогласия. Публичное общение с целью осмысления действительности проявляется двусторонне: во взаимном влиянии собеседников и воздействии друг на друга, по Бахтину, а поиск решения проблемы в процессе обсуждения превращается в «со-бытие», в совместное «проживание» истории героев. Возможность рассмотрения нескольких вариантов решения проблемы создает ситуацию выбора оптимального пути. Этот выбор произвольно совершает каждый участник диалога, анализируя сказанное и занимая собственную позицию.

¹⁵² Дьяконов Г.В. Концепция диалога М.М.Бахтина как методология научно-гуманитарного мышления и мировоззрения // Феномен человека в психологических исследованиях и в социальной практике. Материалы Международной конференции (Смоленск, 23-25 октября 2003 г.).// URL.: <http://hpsy.ru/public/x3327.htm> (дата обращения 19.07.2013).

Далее, после ток-шоу В.Комиссарова, «бум историй» на российских телеканалах продолжили такие программы разговорного жанра, как «Окна» Д.Нагиева, «Большая стирка» А.Малахова, «Без комплексов» Л.Милявской, «Девичьи слезы» и другие ток-шоу, которые возвели в традицию откровенный разговор с обычными людьми. Но с начала 2000-х годов, в связи с вестернизацией культуры, этот аналитический жанр стал обрывать «скандальностью». После практики официозности общения, существовавшей в советские годы, ненормативная лексика на телеэкране стала популяризоваться. Раскрепощение на экране достигло своих пределов и продолжило развиваться в крайне нежелательную сторону. Главной целью этих телепрограмм стало уже не привлечение внимания аудитории к сути обсуждаемой проблемы, а развлечение телезрителей всеми возможными способами. Нормой для российского телеэкрана становится агрессивная интонация речевых риторик и введение в сюжет программы элементов провокаций, что превратилось чуть ли не в обязательный атрибут полемического диалога в ток-шоу. В частности, в одной из программ Д. Нагиева после того, как молодая пара объявляет о своем решении пожениться, в студии появляется молодой человек в свадебном платье и начинает агрессивно утверждать, что даже если жених обручится с этой девушкой, она по-прежнему будет продолжать встречаться с ним. Происходит и «разоблачение» жениха, в студии появляется женщина, публично заявляющая, что она уже 8 лет является женой «жениха» и устала от похождения супруга: *«Рестораны, всякие быбы, пьянки, мою молодость уже не вернешь, которую я на эту сволочь потратила»*. Так элементы провокации и публичного этапажа, включая использование сниженной лексики, постепенно укореняются в телепрограммах разговорного жанра.

Полемический диалог в ток-шоу этого периода отличается тем, что мимика, жесты и позы участников часто не совпадают со смысловым и эмоциональным содержанием мизансцен. Это объясняется тем, что создателям ток-шоу проще заплатить актерам, чем искать реальные истории,

уговаривать обычных людей прийти в студию и пытаться вывести их на откровенный разговор. Работа с «подсадными утками» – особенность «приготовления» ток-шоу этого периода. Однако телеэкран, как лакмусовая бумажка, быстро раскрывает неестественность. Сыгранные подставы, где реальный сюжет от придуманного не отличишь, редко оказываются талантливо поданными, а высказывания подобных «персонажей» зачастую выглядят заученно отрепетированными, поступки же наигранными. Становится ясно, что зрелищность программе придают совсем иные факты, открывающиеся в ходе полемического диалога. Например, прием «эффект неожиданности», который впервые появился еще на советском телеэкране, в программе В.Леонтьевой «От всей души», вышедшей в эфир в 1972 году, ее современный аналог – ток-шоу «Жди меня» («Первый канал»). Это телепрограмма о людских судьбах, которая показывает встречи после многолетней разлуки. В начале 2000-х – прием «эффект неожиданности» становится обязательной частью ток-шоу. Практически любое ток-шоу характеризуется «непредсказуемостью» событий, в ходе которых всплывают «неожиданные факты», совершаются эксцентричные поступки и т.п. Известный медиатеоретик А.А.Новикова указывает на то, что по замыслу создателей зритель должен разгадывать историческую тайну вместе с ведущими, что «погружение в прошлое» должно стать не фундаментальным знанием истории, а забавным приключением, позволяющим получить впечатления. По словам этого исследователя, важны лишь эмоции, получаемые от просмотра программы и «их тем больше, чем больше будет в ней разных аттракционов, чем неожиданнее и конфликтнее будет их сочетание»¹⁵³. В работе о методах создания ток-шоу Т.А. Прошкин писал: «Необходимо, что бы у зрителя осталось чувство удовлетворенности после просмотра. Он должен получить новую информацию, полезный совет или развлечься»¹⁵⁴.

¹⁵³ Новикова А.А. Современные телевизионные зрелища: истоки, формы и методы воздействия. – СПб: Алетейя, 2008. С.127.

¹⁵⁴ Прошкин Т.А. Организация телевизионного ток-шоу. – М., 2006. С.23.

Сегодня практически каждый телеканал, производящий собственный медиапродукт, активно пользуется форматом ток-шоу, а федеральные каналы производят их адресно с учетом дифференциации аудитории. На российском телевидении в разное время в эфир выходит множество ток-шоу: для домохозяек, бизнесменов, интеллектуалов, молодежи. С 2007 года, не сдвигая позиций, самым рейтинговым ток-шоу в России неизменно остается программа Андрея Малахова «Пусть говорят» на «Первом канале». Его смотрят все поколения граждан. Второе место по количеству телезрителей в 2013 году заняло ток-шоу «Говорим и показываем» с Леонидом Закашанским («НТВ»), третье место принадлежит программе «Давай поженимся» («Первый канал») ¹⁵⁵. Однако на современном этапе развития экранной культуры, в условиях глобализации цифровой среды и процессов конвергенции, важно понимать, что после завершения эфира программа не «умирает», благодаря интернету ее зритель больше не зависит от программной сетки и места своего нахождения. Это подтверждает популярность в России программы «Шустер Live», которая транслируется на украинском ТВ. Рейтинг программ легко проследить на основе частотности запросов ключевых слов в поисковой системе Яндекса, рассчитанной с помощью сервиса wordstat.yandex.ru ¹⁵⁶. Так по данным на декабрь 2016 г. после «Пусть говорят», огромной популярностью пользуются ток-шоу «Место встречи» (НТВ), «Право голоса» (ТВЦ) и другие, что детально представлено в Таблице № 7.

¹⁵⁵ По данным группы компаний TNS на 7 октября 2013 года рейтинг ток-шоу «Пусть говорят» («Первый канал») составил 8%, «Говорим и показываем» («НТВ») – 5%, «Давай поженимся» («Первый канал») – 4,4% // URL.: <http://www.tns-global.ru/rus/data/ratings/tv/index.wbp?tv.action=search&tv.regionId=C1F6E06F-5978-4FBE-8FBE-2D669A3335B4&tv.startDate=07.10.2013&tv.endDate=13.10.2013&tv.raitingNameId=8FF6AFBD-33A4-4C3E-83F2-91B52822DDD3&tv.genreId=6CF93FB8-0BA0-42EB-A6BA-307517B04B45> (дата обращения 20.10.2013).

¹⁵⁶ Сервис wordstat.yandex.ru позволяет получить статистику количества запросов любых слов и словосочетаний набранных пользователями Интернета в Яндекс-поисковике в интересующем регионе за недельный или месячный период. - *Прим.авт.*

**Ток-шоу – лидеры онлайн-просмотров у россиян
(за период с 1 по 31 декабря 2016 ¹⁵⁷)**

Название телепрограммы, телеканал	Количество запросов в Яндекс сети/мес. (регион: Россия)
«Пусть говорят», Первый канал	1 753 713
«Место встречи», НТВ	369 797
«Право голоса», ТВЦ	365 083
«Время покажет», Первый канал	340 535
«Воскресный вечер с Соловьевым», Россия-1	215 477
«Дом-2. Город любви», ТНТ	172 774
«Шустер Live», 3 S TV ¹⁵⁸	121 600
«60 минут», Россия-1	35 506

Именно *столкновение характеров* в полемическом споре обеспечивает ток-шоу наибольшую популярность. Благодаря своим диалогическим свойствам ток-шоу по своей природе является лидером рейтингов, и если ток-шоу начинает сдавать позиции, проект моментально снимают с эфира. Данный критерий подхода к телепрограмме характеризует сущность жанра ток-шоу как такового, которая заключается в вовлечении максимального количества зрителей в единый диалог, и если это сделать не удастся, – проект считается не состоявшимся.

Современное ток-шоу представляет собой «сложно приготовленное блюдо». По словам производителей этого типа телепрограмм, искусство создания ток-шоу по-прежнему заключается в том, чтобы «сконструировать маленькую вселенную», т.е. создать атмосферу, в которой люди захотят высказаться, организовать «нужный энергетический обмен и высечь

¹⁵⁷ Рейтинг составлен 9 декабря 2016 г.

¹⁵⁸ 3 S TV - спутниковый и кабельный канал Украины.—Прим.авт.

неподдельные эмоции»¹⁵⁹. В поисках историй для ток-шоу его создатели проводят мониторинг центральной и региональной прессы, анонсируют предполагаемые темы, надеясь на отклик публики. Для качественного ток-шоу желателен хотя бы один сюрприз, о котором не подозревают ни участники, ни зрители. Чтобы добиться от потенциального «героя» телепередачи согласия на приезд в студию и на откровенный разговор, у медийщиков существует целый арсенал методик. К примеру, если нужно, чтобы разоткровенничался мужчина, от которого ушла жена, забрав детей, а приехать в студию она отказывается, то приглашается другая женщина, тоже бросившая мужа и забравшая детей. Так, заявленная тема раскрывается в сопоставлении бытовых катаклизмов, которые олицетворяют людское негодование относительно несостоявшегося семейного счастья. В итоге крик, брань, угрозы, прилюдные оскорбления становятся естественной частью полемического диалога на телеэкране.

Либерализация социальных отношений привели к снижению культуры общения в телеэфире, огрублению русского языка и вульгаризации публичной речи. Определяющими тенденциями современной вербальной коммуникации исследователи считают усиление экспрессии в теледиалоге. Эта особенность во многом обусловлена выводом на экран эмоционально активного зрителя и засильем элементов устно-разговорной речи. В итоге для современных телепрограмм разговорного жанра, разбирающих жизненные ситуации рационально неразрешимых противоречий, ненормативная лексика становится нормой. Высказывания насыщены разного рода оценками, чаще всего субъективными и эмоциональными. Разнообразие экспрессивных речевых конструкций демонстрирует диалог в ток-шоу «Пусть говорят» от 15.11.2012, где И.Литвина, подруга главной героини программы, которой бывший муж не позволяет воспитывать дочь, пытается восстановить справедливость:

¹⁵⁹ Ланкина Е.У каждой женщины свой Малахов.(Наталья Никонова)// Московские новости, №38,2007 //URL.: <http://malahov-plus.com/main/ludi/1043-u-kazhdoyj-zhenshhiny-svojj-malakhov.html> (дата обращения 11.06.2009).

И.Литвина: Ты забыл, тварь, как мы тебя к Киселеву возили?! Ты – пьянь! Как ты был пьянь, так ты и сдохни – бесхребетное чмо...

При этом полемический диалог проходит в контексте сознательной блокировки чужой позиции и демонстрирует безапелляционное противостояние людей. Такого рода реплики являются нарушением этических норм, выходят за границы культуры и профессиональной компетенции.

В некоторых программах полемический диалог утрачивает функцию спора и превращается в фатическое общение на конкретную тему по принципу «кухонные беседы в кругу своих». Такой диалог характеризуется множеством отклонений от канонической письменной речи: спонтанностью, непоследовательностью, сбивчивостью и т.п. В высказываниях допускается ряд грамматических неточностей, связанных с нарушением норм синтаксической связи между словами и словосочетаниями. Это, в частности, демонстрирует реплика в программе «Девчата» («Россия-2») от 11.02.2013, основной темой которого стала «Женщина-праздник»:

М.Митрофанова: «Некоторые женщины по работе праздник, а домой возвращаются вообще не праздник...Я заметила, что юмористические люди, там КВНщики, УСПэшники, всегда, на них смотришь, думаешь, господи, мне б домой такого. А дома они такие...» [Изображает мыслителя, подперев рукой подбородок и наморщив лоб].

Тем не менее, несмотря на сниженность речевых практик в отдельных телепрограммах, естественность разговорного стиля общения начинает превалировать и становится нормой, одним из самых заметных явлений на современном отечественном ТВ. Лексический состав экранной беседы отличается стилистической пестротой и экспрессивностью, что связано со стремлением авторов усилить привлекательность телевизионной речи для зрителя.

Примером полемического диалога, в котором ход рассуждения предполагает логическую связь аргументов и носит форму доказательств,

служит дискуссия писателей М.Веллера и А.Куцура в ток-шоу М.Швыдкого «Культурная революция» (телеканал «Культура»¹⁶⁰), повествующая о том, рождается ли истина в споре (20.06.2013):

***М.Веллер:** «...Общество на 90 процентов состоит из консерваторов, общество старается сохранить все те традиции, которые позволили ему выжить, и через десятки тысяч лет подняться до нынешнего уровня. И всегда есть сотые, которым нужно все переиначить. 99 процентов из этих сотых это мошенники, прожектеры, люди безответственные, которым дай власть, они уничтожат все. И общество их давит, давит, давит, и вместе с ними давит носителей истины, хотя некоторым удастся выжить. А спор здесь не причем, потому что ни в науке, ни в искусстве никакие вопросы голосованием не решаются».*

***А.Куцура:** «...На тысячи, может быть миллионы бесплодных споров находится жемчужина. Я хочу кратко показать, что история европейской мысли это история споров...»*

Для участников полемики на канале «Культура», при защите собственной смысловой позиции, характерна опора на исторические сведения и цитаты известных людей, а также на статистику, к достоверности которой, правда, нельзя относиться всерьез. Вместо рассказа историй из личного опыта канал «Культура» делает ставку на популяризацию исторических фактов и явлений. Но несмотря на минимум отступлений от темы и хаотичных высказываний, в действительности, по оценке А.Ивина, «подобные рассуждения доказательствами не являются, поскольку логические связи подменены в них психологическими ассоциациями»¹⁶¹.

Современное ток-шоу реализуется и как жанр аналитической публицистики, представляя собой острый политический диалог на общественно значимые темы. Так, на ток-шоу В.Соловьева «Поединок», посвященного событиям в станице «Куцевская», где в течение 12 лет

¹⁶⁰ В настоящее время телеканал «Культура» переименован в «Россия К (Культура)». - *Прим.авт.*

¹⁶¹ Ивин А.А. Логика для журналистов. – М.: Аспект-пресс, 2002// URL: <http://evartist.narod.ru/text8/36.htm> (дата обращения 6.01.2014).

орудовала банда, державшая местных жителей в страхе, в прямом эфире от 25.11.2010 лидер ЛДПР В.Жириновский выступил с предложением ввести смертную казнь для освобождения регионов от угрозы криминального террора, оппонировал ему член Общественной палаты адвокат Г.Резник.

В.Жириновский: *«Поблагодарите этих негодяев в Куцевке, что они убили 12 человек и сегодня вся страна на ушах. Если бы они убили только предпринимателя с его женой, мы бы опять ничего не узнали... Не надо морочить головы, что смертная казнь это негуманно. И не просто смертная казнь, а через повешение... военно-полевой трибунал в каждом регионе!...»*

Г.Резник: *«Известно, что большинство населения страны голосует за смертную казнь... Я буду апеллировать не к эмоциям, не к страстям, не к предрассудкам, а к разуму. Смертная казнь ни с каких точек зрения не может быть принята... Судебные ошибки, они неизбежны, но смертная казнь делает судебную ошибку непоправимой!...»*

Приведенные реплики ясно характеризуют не только противоположную точку зрения каждого из оппонентов, но и их используемый лексический словарь, который существенно различается, а также обоснованность критериев аргументации.

В контексте развития диалогических отношений в телепрограмме, которую ведет В.Соловьев, важно также отметить динамично развивающиеся интерактивные ресурсы телевидения, которые определяют зрительский рейтинг. В данном случае основным арбитром полемики выступают телезрители, и данные интерактивного голосования фактически обосновывают рейтинг телепрограммы. Выигрывает не тот, кто победил противника в споре, а тот, к кому путем голосования присоединилась аудитория. В аналитических и развлекательных телепрограммах наличие аргументации – основная стратегия по привлечению других на свою сторону.

Еще одной относительно новой тенденцией стало стремление ведущих побудить героев и зрителей к неким действиям. Так, одна из

телепрограмм ток-шоу «Модный приговор» (эфир 26.04.2015) на «Первом канале» началась с того, что муж традиционно обвинял молодую жену в неумении модно одеваться, но в ходе диалога с девушкой выяснилось, что молодой человек не работает, периодически избивает супругу, изменяет ей с ее подругами и просто использует их брак как возможность для проживания в Москве. Откровенный диалог в студии с телеведущим и приглашенными экспертами – А.Васильев, Э.Хромченко, Н.Бабкина – помогает девушке принять решение о разводе. Специфика такого диалога заключается в том, что в репликах преобладают побудительные предложения. Например, в ток-шоу «Давай поженимся!» («Первый канал») само название телепередачи говорит о том, что она несет семейные ценности в массы, а в разговоре ее участников превалируют мотивации для создания брака:

Л.Гузеева (ведущая): «То, что вы пытаетесь нам доказать, что вы такая простушка-веселушка и живете легко, я тоже в этом очень сильно сомневаюсь, вы, конечно, девушка, которая должна выйти замуж, потому, что вы устали. Устали быть одна, вы хотите любить» (Эфир 6.12.2016)

В целом полемический диалог на экране – это специфически созданное психико-эмоциональное явление, выражающееся в своеобразном способе подбора реакций телезрителей на различные запросы внешнего и внутреннего мира. Его ценность зависит от разнообразия точек зрения. При этом диалогичность темы, выражающаяся в побуждении участников программы к высказыванию, является главным критерием на этапе организации ток-шоу. Заранее продумывается, какое воздействие окажет тема на аудиторию, возбудит ли интерес общественности и сможет ли удержать внимание зрителей до конца передачи. Темы программы должны интриговать людей. Например: «Какой вид наказания за неуплату алиментов станет эффективен в современной России?» или «Защищает ли законодательство мать и несовершеннолетнего ребенка материально?». Эти два вопроса по-разному раскрывают одну тему, которую можно

сформулировать и как «Алиментное право в России: проблемы и перспективы». В приведенных примерах заметны различные подходы к формулировке темы, чаще всего они предопределяют стилистику и динамику разговора: что это будет – обмен экспертов мнениями и прогнозы, или бурные дебаты с эмоциональными жизненными историями. Построение названия программы, как своеобразная эмоциональная подсказка, определяет круг потребителей предлагаемого к просмотру телеконтента и создает некий программный код к процессу раскрытия сюжета. Так целью программы с первой предложенной формулировкой темы может быть представление изменений в законе в области алиментного права (в первом варианте), при этом, главное слово, работающее на развитие дискуссии, соотносится с вопросительным словом: «Какой?». Во втором случае, цель ток-шоу – явно вынести некий вердикт действующему законодательству, обратить внимания на пробелы в данной области.

Если тема наводит ракурс, в котором рассматривается проблема, то динамику обсуждения определяет процедура задавания вопросов. Обычно это делается по нарастающей, от простого к сложному. Именно логика последовательности вопросов ведущего, а также их форма, определяют интригу телепрограммы. Как одно из ведущих средств выражения диалогичности *вопросно-ответный комплекс* позволяет *привлечь внимание* и требует *ответной реакции*. Здесь действует принцип «правильный вопрос обычно более важен, чем верный ответ на ложный вопрос». В зависимости от поставленной цели можно выделить вопросы, направленные на получение фактической информации, мнения, уточнения, оценки, комментария, эмоции и т.д. Начало и конец программы в обязательном порядке обозначает ведущий, он же задает вопросы, использует дополнительную информацию для привлечения внимания телезрителей. В полемическом диалоге ток-шоу ведущий берет на себя некие «оперативные» функции «третьей стороны» и ориентирует телезрителей в структуре беседы, облегчая им ее восприятие и понимание.

Ресурсы, заложенные в современном полемическом дискурсе, позволяют обсуждать самые разные социальные проблемы: культурные, экономические, политические, социальные. В полемическом диалоге происходит критическое осмысление чужого опыта, пропускание его через призму личностного понимания. Анализ и синтез «чужого» и «своего» влияет на *формирование позиции* всех участников диалога, весьма плодотворными в этом плане оказываются и идеи М. Маклюэна о влиянии электронных медиа на человеческий опыт, которые можно спроецировать на аудиторию в целом для выявления характерной особенности данного конгломерата индивидов. Если традиционно человеческий опыт сегментирован в зависимости от социальных ролей и жизненных ситуаций и резко разделен на приватное и публичное, то телевидение и, в частности, телепрограммы в жанре ток-шоу выносят все аспекты опыта на показ для всех без исключения: больше нет секретов относительно взрослости, смерти, секса или власти, что позволяет говорить о своеобразной «медиатизации опыта» современного человека. Недаром, исследователи утверждают, что «телевидение всесословно, всеобразовательно, всевозрастно, всеконфессионально. ...Это как греческая агора, которая собирает всех вместе»¹⁶².

Таким образом, привлекательность ток-шоу обеспечивается за счет ее полемичности, которая обуславливается смысловой содержательностью программы, актуальностью выбранной темы и, в тоже время, доступностью, а также легкостью восприятия, обеспечиваемых «развлекательным компонентом». Из всех известных телепрограмм ток-шоу в наибольшей степени воплощает в жизнь ту диалогическую установку, которая была выявлена еще М.М.Бахтиным: эти программы – *полифонический диалог*, который разворачивается всегда в одном временном срезе, а его ведущими категориями являются *одновременность сосуществования и взаимодействия*

¹⁶² См.: Ильченко С.Н. Система жанров отечественного телевидения и ее трансформация в условиях глобализации информационного пространства. Ч.1. – М.: ИПК работников ТВ и РВ. 2012. С.37; Черных А.И. Социология массовых коммуникаций. – М.: Изд.дом ГУ ВШЭ, 2008. С.252.

в их драматической *сопоставленности* и *противопоставлении* (а не в линейной «вытянутости в становящийся ряд»). Это подтверждают и слова известного российского ученого и литературоведа Л.А.Дмитриева, полагающего, что «самым интересным явлением в развитии разговорных жанров на телевидении стал жанр ток-шоу»¹⁶³. Используя терминологию Ж.Дерриды, отметим, что в передачах этого жанра, самые несовместимые материалы распределены не в одном кругозоре, а в *нескольких полных и равноценных кругозорах*, в результате эти разные сознания, разные миры *сочетаются* в диалоге. В данном случае дискурс уместно также рассматривать и как «открытую целостность», т.е. в обсуждении не ставится окончательная точка, не приводятся никакие заключительные выводы. Их определяет каждый телезритель самостоятельно. В ток-шоу важен не конкретный объект, а сам *процесс, переплетение отношений*, в которых общий знаковый смысл неотделим от коммуникативного контекста.

Развиваясь в контексте постмодерна, ток-шоу представляет собой отчетливое воплощение *принципа дополнения* в широком его понимании, это можно сравнить с тем, что философ Н.Бор видел в «100 видах Фудзи» художника К.Хокусаи (каждое изображение дает отрывочное, неполное впечатление о горе). Именно передачи в жанре ток-шоу, во время которых можно услышать различные версии одних и тех же событий, обретя популярность в России в конце 1990-х – начале 2000-х годов, «отучали» бывшего советского гражданина от привычки, что в СМИ может существовать только одна – официальная трактовка событий. А.А. Новикова указывала на ток-шоу как на воплощение *ризомы* – одного из основных понятий постмодернизма, когда действительность понимается как нерасчлененная и запутанная цепь событий, «связывая смыслы далекие и неожиданные, разрывая близкие, одновременно все объединяет и дифференцирует, множит неопределенность и стирает различия в суждениях

¹⁶³ Дмитриев Л.А. Искусство публицистики. – М.: 2007. С. 73.

и оценках»¹⁶⁴. Благодаря тому, что полемический формат ток-шоу рассчитан на обсуждение самых злободневных тем при участии максимального количества людей различных позиций и представителей социальных страт, можно говорить о том, что данный телепродукт, по сути, реализует «социальный диалог», т.е. служит способом, формой и основным принципом взаимодействия разных сил на пути единения с учетом соперничества и сотрудничества.

Благодаря своей полемичности, современное ток-шоу демонстрирует вершину возможностей теледиалога. Посредством этих телепрограмм любая информация является не просто транслируемой, а соотносится в ходе разворачивающейся на экране полемики со смыслами всех участников коммуникативного взаимодействия, создавая тем самым совместное *смыслосозидание* или *смыслогенерирование*. В результате этого, и участники телепрограммы, и аудитория предстают как *активные* со-творцы экранной продукции.

Таким образом, данное экранное произведение, как продукт сложного информационно-коммуникативного комплекса, рассчитано в акте своего творения не на пассивное восприятие, а на активное *со-участие*, *со-творчество*, и претендует на некую интеллектуально-эстетическую деятельность зрителя, связанную с потреблением информации и ответным действием воспринимающего и откликающегося субъекта, который в итоге создает свой собственный смысл, свой текст и свой образ. По Бахтину, это и есть диалог «автора» с «читателем культурного текста» – зрителем, который вовлекается в активную позицию со-творения. Взаимодействие человека с произведением экранного искусства *через переживание* и «участие» формирует позицию личности по конкретным вопросам, определяет ее отношение к миру. Концепция плюрализма и полемическое начало, заложенное в основе ток-шоу как показателя наиболее высокого уровня

¹⁶⁴ Новикова А.А. Современные телевизионные зрелища: истоки, формы и методы воздействия.- СПб: Алетейя, 2008.С.126.

диалогичности, демонстрирует широкие возможности экранной культуры в организации и вовлечении в диалог широкой общественности с целью обсуждения актуальных социально-экономических проблем. И потому очевидным становится то, что в полемическом диалоге ток-шоу, при всей противоречивости его рациональности, реализуется, используя терминологию диалогистов XX века, «человеко-человеческий» подход с целью постижения внутреннего мира человека, который созвучен диалогическому, «меж-человеческому» и «внутри-человеческому» началу личности субъекта.

2.3. Роль и имидж телеведущего ток-шоу в реализации «диалогического принципа»

Экранный продукт – сложный феномен коммуникативной реальности, который продолжает эволюционировать в условиях интенсивного развития новых информационных технологий. В последнее время обозначился ряд медиатенденций, свидетельствующих о кардинальных изменениях в современной экранной культуре, что проявилось, в частности, в диалогическом общении с телезрителями. Как показывают многочисленные опросы, мнение большей части телезрителей сводится к тому, что телевидение тиражирует дурной вкус, неграмотную речь и примитивный словарный запас. Это пагубно сказывается на привлечении внимания аудитории к телепрограммам. Однако эффективность взаимодействия медиатекста с аудиторией зависит от реализации создателями программ их дискурсивных ресурсов, недостаточно полно используемых современным телевидением на практике. Например, монологичные медиатексты могут выглядеть вполне диалогичными при учете повышения «планки» эстетического содержания и лексического уровня телепрограмм, речевых коммуникаций в целом. Парадокс заключается в том, что борьба за внимание телезрителей зачастую сводится лишь к тематическому воздействию, где впечатление производится в основном за счет сенсационности или

скандальности представляемого материала. При этом не учитывается тот факт, что телезрители устали от однообразной «сниженной» стилистики программ, которая делает их похожими друг на друга.

Очевидно, что современный экранный продукт должен основываться не только на возможности своевременно донести информацию или развлечь аудиторию. В новой конкурентной среде, в эпоху использования интерактивных средств массовой коммуникации необходимо уметь устанавливать обратную связь с аудиторией и способствовать ее активизации, т.е. в полной мере обеспечивать реализацию принципа диалогичности. Напомним, что диалог это всегда *двунаправленный* процесс взаимодействия различных субъектов, и результатом реализации принципа диалогичности в телепрограммах является «равноправие» участвующих в общении сторон. Иначе говоря, в коммуникативной системе «производитель-медiateкст-аудитория» заложен результат реализации оптимального взаимодействия между передающим и принимающим сознанием, что проявляется в рождении на экране мысли, подкрепляющейся множеством возникающих контекстов, делающих текст многоосмысленным. Таким образом, принцип диалогичности, генерируя новые значения, позволяет выходить за рамки структуры медиатекста. По сути, это и есть *механизм совместного порождения смыслов*, в медийном же пространстве он реализует *эффективность вовлечения* зрителя в продукт экранной культуры и актуализирует *смысловой концепт*, предназначенный для *восприятия* аудиторией. При этом, в первую очередь учитывается, что восприятие медиатекста – сложный процесс, связанный с многоаспектностью мировосприятия индивидуумом. В связи с этим наиболее продуктивной тенденцией для создателей современного телеконтента должен стать отказ от создания «массового продукта» и придание ему оригинальности с тем, чтобы выстроить оптимальные персонализированные связи с аудиторией. Это достигается за счет *релевантности* медиатекста, т.е. его соответствия интересам той части аудитории, на которую строго ориентирован

конкретный экранный продукт. Осознание «портрета» аудитории, ее привычек, духовных и социокультурных предпочтений, предстает как важнейший ресурс, позволяющий просчитать реакцию зрителей. Чем лучше удастся учесть специфику адресата, тем эффективнее выстраиваются диалогические отношения между программой и аудиторией.

Отметим, что на российском ТВ не всегда уделяется пристальное внимание изучению культурных запросов зрителей, и потому современные телепрограммы нередко не отвечают потребностям многочисленной аудитории в содержании ценностной составляющей. Важнейшим показателем уровня культуры является телевизионная речь и культура поведения на экране. То, как выражаются участники полемики диалога в ток-шоу, порой удивляет низким уровнем культуры, не говоря уже о том, что способствует ее дальнейшему социальному регрессу. Причем, отсутствие культуры речи характеризует не только участников программ, но и работников телевидения, особенно это заметно, когда нарушение этики исходит от телеведущих.

Ситуация социальной и речевой вседозволенности имеет непосредственное отношение к использованию русского языка как в средствах массовой коммуникации, так и в повседневной жизни. Эксплуатируя природную открытость людей и используя принцип зрелищности, в телепередачах нередко применяются непозволительные приемы, например, публичное унижение чести и достоинства приглашенных героев, что относится к сознательной дискредитации человека. Моральный вред, который претерпевает гражданин в результате оскорблений, порочащих и позорящих сведений, заключается, согласно ст.151 ГК РФ в «нравственных страданиях и нравственных переживаниях». Переживания, в частности, могут быть связаны с распространением порочащих сведений, не соответствующих действительности. Результаты опросов показывают, что в отличие от западных стран, российское население редко обращается за защитой в правоохранительные органы и судебные инстанции, потому что не

верит в торжество справедливости и не желает тратить время и силы на то, что не принесет результата. Тогда как обращение рядовых граждан за судебной защитой чести и достоинства одна из важных характеристик состояния общества, показатель его демократичности. Это еще и свидетельство того, что законодательство в области защиты репутации и доброго имени у нас несовершенно¹⁶⁵, и медийщики этим пользуются.

В одной из программ А.Малахова «Пусть говорят» (эфир 19.03.2013), совместно со зрителями, телеведущий осуществлял поиски отца симпатичных близнецов. Их мать утверждала, что отцом является ее бывший молодой человек, но ДНК-тест это не подтвердил. После этого телеведущий пообещал «взять ДНК» у всех мужчин в деревне, где проживает молодая мать. Нужно ли говорить, насколько такая программа может испортить репутацию этой женщине и ее детям? Согласившись принять участие в программе, она таких последствий явно не могла предвидеть. Высокие рейтинги программ не оправдывают безучастного отношения журналистов к судьбе своих героев. Принцип «мы это покажем, а после нас, хоть потоп» – не просто свидетельство безответственного отношения работников телевидения к людским судьбам, но и доказательство правовой и элементарно культурной незащищенности российских граждан. Отметим только, что в некоторых странах потеря репутации столь позорна, что может заставить человека совершить самоубийство. В Японии, например, не так страшно публично оступиться самому, как унижить другого человека. Если по вашей вине человек потерял «лицо», то по японским традициям ваш поступок непростителен, и вы теряете уважение людей. Такие традиции

¹⁶⁵ Закон о СМИ (ст.43) и ГК РФ (ст 152) говорит об ответственности за распространение сведений несоответствующих действительности, однако понятие «сведения» может иметь двоякий смысл. Сообщение о каком-либо событии соответствует, либо не соответствует действительности. Иначе обстоит дело с оценочной информацией. Выраженные в ней мнения, оценки, теории, планы, прогнозы, не могут быть по своей сути ни истинными ни ложными, не могут соответствовать или не соответствовать действительности. Они могут быть ценными или вредными, обоснованными или необоснованными, убедительными или спорными. Поэтому идеи, мнения, оценки, прогнозы не могут быть опровергнуты по решению суда как не соответствующие действительности. (Понятия чести, достоинства и деловой репутации: спорные тексты СМИ и проблемы их анализа и оценки юристами и лингвистами. А. Симонов. М.: Медея, 2004. С.106-107,162). – *Прим. авт.*

возможны лишь в социуме, где придается большое значение взаимоуважению. К сожалению, в телепрограммах российских каналов унижение чести и достоинства человека пока является нормой. Многим участникам ток-шоу явно не хватает справедливых и уважительных оценок. Приведем пример. Сразу после чемпионата Европы, футболист Андрей Аршавин пришел в студию, где кроме гостей, присутствовала семья, назвавшая своего сына Андреем в честь знаменитого футболиста. Аршавин же отреагировал на это так: «И что, я теперь должен помогать всем, кто нарожал во время Евро?!»¹⁶⁶. Не будем анализировать характер реакции этого спортсмена, но подчеркнем, что оценка ситуации носит преимущественно произвольный характер. Оценочное суждение говорит об отношении субъекта к ситуации. При этом отдельные суждения сомнительны и чрезмерно категоричны. Так, к примеру, в программе «Пусть говорят» (эфир 29.03.2011), посвященной памяти певца Александра Барыкина, его бывшую молодую супругу обвинили в смерти певца и музыканта, так как он, якобы, не смог пережить её измены. Хотя в той же студии присутствовала последняя любовь музыканта, с которой певец жил уже больше года.

Особенностью выражения точки зрения современных полемических медиатекстов является содержание агрессивного компонента, который весьма разнообразно проявляется в «концепте речевой агрессии» – гнев, раздражении, жестокости, оскорблении, иронии, намеках и многом другом. Общение к подобной манере коммуникации является нормой даже для такого ток-шоу, которое характеризуется как интеллектуальное. Речь о программе «Закрытый показ» («Первый канал») с А.Гордоном, выходившая с 2007 по 2013 годы. Программа была рассчитана на «глубокого зрителя» и представляла собой обсуждение авторского кино, после просмотра которого участники обсуждения – драматурги, писатели, режиссеры, актеры, кинокритики – обычно противостояли друг другу, высказываясь «за» и

¹⁶⁶ Садков П. Ведущий «Пусть говорят» часто разочаровывается в людях//Комсомольская правда.26.02.2009. - kr.ru > daily/24251.3/448551/(дата обращения 3.04.2011)

«против» фильма. Отметим, что имидж злобного нигилиста, который избрал себе ведущий программы А.Гордон, отнюдь не украшал передачу, а напротив, вызывал неприязнь у телезрителя, провоцируя ссоры между участниками программы. Так, в эфире 13.04.2012, анализируя плюсы и минусы фильма «Дом ветра» Вячеслава Златопольского, между сценаристом Я.Чевожжевским и режиссером Е.Кончаловским произошел следующий диалог:

Я.Чевожжевский (орет): «...В этом фильме просрано все...»

Е.Кончаловский: «Это не аргумент, это твое субъективное мнение...»

Я.Чевожжевский: Златопольский (орет): «Никого не волнует процесс. Всех волнует только результат. Если ты в конце смотришь унылое говно, то это унылое говно».

Приведенные реплики весьма ярко характеризуют речевые диспуты на телеэкране. Сегодня с сожалением приходится констатировать низкий речевой уровень участников телепрограмм. Обилие ошибок и вульгаризация привычной лексики ведут к утрате речевой культуры и этики. Язык медийных лиц также грешит нарушениями норм русского литературного языка. Их нежелание проверять правильность употребления слов или ударений свидетельствует о пренебрежительном отношении к родной речи, тогда как тех, кто работает на телевидении, это должно заботить в первую очередь, поскольку использование грамотных фраз, значений слов и речевых коннотаций относится к профессиональному инструментарию. Сложившаяся на телевидении ситуация в отношении снижения культуры речи, вызывает серьезное беспокойство не только специалистов, но и тех, кому безразлична судьба родного языка.

В этом плане роль ведущего в телепрограммах разговорного жанра выходит на первый план. Ток-шоу представляет собой максимально *персонифицированную* экранную форму аудиовизуального произведения. Несмотря на множество участников, именно индивидуальный стиль

ведущего во многом определяет имидж телепрограммы. Манера поведения медийного лица задает своеобразные рамки, в которых проходит беседа и определяется, будет ли это доверительный разговор, провокативное шоу или интеллектуальная дискуссия. Так, довольно известный ведущий Г. П. Малахов, который в 2008-2012 годах позиционировался на экране как «гуру здорового образа жизни», являл собой образ «человека из народа», что вполне гармонично согласовывалось с его образом народного целителя (ток-шоу «Малахов+» и «Доброго здоровья»). Его естественность вызывала симпатию телезрителей, а гости в студии с завидной откровенностью делились проблемами, которые возникли у них со здоровьем. Телепрограмма была изначально рассчитана на граждан пожилого возраста. Диалог в студии протекал в легкой, доброжелательной, почти домашней атмосфере.

Иным предстал имидж ведущего Д. Нагиева, который он использовал в 2012-2013 годах при общении с молодежью на ток-шоу «Каникулы в Мексике 2». Это образ «циничного мачо», который отпускал ядовитые комментарии, задавал провокационные вопросы, провоцировал молодежь на конфликт и умело ставил под угрозу репутацию героев программы. Диалог на этом ток-шоу носил динамичный, агрессивно-экспрессивный характер, его участники общались в режиме нападок и взаимных обвинений. Судя по всему, подобная агрессивность в диалоге была заложена создателями проекта изначально, и его ведущий выступал в виде запрограммированного раздражителя с целью активизации диалога среди молодых участников программы. С 2012 года по настоящее время (2017) Нагиев становится бессменным ведущим проекта «Голос» на «Первом канале». Здесь у этого ведущего уже иные задачи и функции – поддержать морально не прошедших на следующий этап конкурса участников, поэтому он использует все свое обаяние, чтобы снизить эмоциональный накал, сохранить доброжелательную атмосферу на шоу, с чем успешно справляется, бесконечно подтрунивая над самим собой.

В свою очередь, ток-шоу «Умницы и умники» рассчитано на принципиально иную молодежную аудиторию. Ведущий этого интеллектуального ток-шоу Ю.П.Вяземский по классической схеме использует имидж «гуру-наставника» в общении с юными дарованиями, но потенциал этого образа принципиально отличается от имиджа ведущих других известных ток-шоу. И герои этой программ спешат раскрыться, блеснуть своими знаниями. Это ток-шоу, одно из немногих, ориентированно на молодежь, которая стремится к знаниям и понимает ценность интеллектуального потенциала личности.

Таким образом, от имиджа и манеры поведения ведущего во многом зависит психологическая атмосфера диалога (аффинити) на экране, нагнетание и разрядка обстановки. Стилль ведущих разнообразен и индивидуален. Однако многие из них страдают недостатком знаний русского языка и культуры речи. Их высказывания изобилуют стилистическими ошибками, жаргонизмами, сленгом и просторечными словами, что способствует снижению культуры речи, небрежному отношению к родному языку, к другим участникам диалога. Слова-паразиты, такие как «как бы», «короче», «в общем» засорили телевизионную речь. Удручает наличие сниженной лексики, жаргонизмов, сленга, профессионального просторечия в современном эфире: «общак», «ништяк», «разборка», «рейдер», «зачистка», «прикол», «глючить», «гнобить», не говоря уже об использовании повсеместно, включая фильмы, слово «блин», имеющего негативную окраску, о неправильном употреблении целых фраз. Из уст телеведущих звучат американизмы: «О'кей», «но проблем», «респект». Одним из распространенных в высказываниях на самые разные темы стало существительное «история». Так, говоря о костюме в сочетании с нужными туфлями, А.Васильев в программе «Модный приговор» (Эфир 12. 02.2014) употребляет слово «история» как синоним слова «сочетание»: *«Такая история, милочка, вам очень к лицу».*

Если в советский период развития телевидения речь диктора служила образцом русского литературного языка, эталоном для подражания, то в настоящее время телеведущие и редакторы программ не всегда осознают уровень ответственности за культурную составляющую продукта, который распространяется массово. Практически на всех федеральных каналах в разговорно-публицистических передачах дискуссии ведутся на недопустимо низком культурном уровне, а обсуждение проблем часто сводится к балагану. Люди на экране кричат, перебивают друг друга, оскорбляют тех, чей образ жизни, мотивации и поступки им непонятны, иногда дело доходит и до рукоприкладства. Так, в телестудии программы «Пусть говорят» во время записи произошла драка, остановить которую смогла лишь охрана телецентра. Драку начал брат молодой особы, которая пыталась обвинить своего бывшего молодого человека в том, что он не признает себя отцом ее детей (эфир 19.03.2013).

В современных программах «Время покажет» («Первый канал») и «Воскресный вечер с Владимиром Соловьевым» («Россия-1»), где речь идет о межнациональных отношениях, зачастую участники не слушают друг друга, и порой, создается впечатление, что они даже не спорят, а просто маркируют свое присутствие. Это подтверждают и многочисленные отзывы зрителей на специализированных форумах, в которых телеведущих упрекают в некомпетентности, а передачу называют «бесполезной». Например:

«Такого ведущего вообще нельзя выпускать в эфир, он главный организатор бардака, ни кому не дает высказать свою точку зрения...».

Или:

«...если ответ ему не нравится, тут же затыкает рот...»

Еще пример: *«Разбирают какие-то политические темы (и не только). Кричат, орут, кто во что горазд, только вот толку мало. Покричали, вышли из студии и забыли.»*¹⁶⁷

¹⁶⁷ Отзовик.//URL: http://otzovik.com/reviews/tv-peredacha_vremya_pokazhet_perviy_kanal/ (дата обращения 5.02.2017); http://otzovik.com/reviews/tv-peredacha_voskresniy_vecher_s_vladimirom_solovevim_russia/ (дата обращения 5.02.2017).

С конца 1990-х годов XX века различные шоу постоянно провоцировали и сталкивали приглашенных в студию на потеху публике, позиционируя эти мизансцены как протест против ханжества и конформизма. Но результатом стала потеря границы между допустимым и недопустимым в эфире. Агрессия с ярко выраженным экспрессивным оттенком, демонстративность и неконструктивность в разрешении конфликтов отныне предстают, как отличительная черта ток-шоу. *Вульгаризмы, жаргонизмы, сленг, мат* оказались основным способом *демонстрации несогласия с собеседником* при создании его отрицательно-оценочной характеристики в глазах публики. При этом для утверждения отрицательной характеристики точек зрения своих оппонентов и их сторонников герои ток-шоу нередко употребляют в эфире слова и словосочетания, обозначающие антиобщественную деятельность: «мошенник», «фашист», «взяточник»; профессии в переносном значении: «мясник», «проститутка», «сутенер»; зоосемантические метафоры: «кобель», «корова», «свинья»; а также слова, содержащие экспрессивную негативную оценку личности: «подлец», «негодяй», «гадина» и т.п. Современные телезрители, включая молодое поколение, слышат такую речь в избытке. Стоит ли удивляться, когда подобная лексика переключивается в социальное пространство и становится укорененными речевыми практиками среди различных социальных групп.

Согласно «принципу диалогичности», создатель медиасообщения несет ответственность за качество «совокупного воспринимающего сознания». Ментальный портрет современного человека – это, прежде всего, портрет современного зрителя: «мы то, что мы смотрим». Поэтому телевидению, как наиболее мощному и массовому каналу распространения информации, достижений культуры, необходимо с особым тщанием заботиться о чистоте русского языка. На телевидении следует возобновить службу русского языка, в которую войдут лингвисты, филологи, готовые осуществлять постоянный контроль за звучащей в эфире речью, проводить регулярный мониторинг грамотности эфирной речи, а также проводить индивидуальные занятия с

ведущими телепрограмм. Обучение и подготовка профессионалов, заинтересованных в программах, способствующих повышению общей культуры российского общества, несомненно, одна из насущных задач современного телевидения.

Особо отметим, что решать конфликты в диалоге *можно* цивилизованным способом, и это главная задача медиапрофессионалов в Третьем тысячелетии. Данная потребность все острее ощущается журналистикой. Эта задача успешно решается с помощью *конструктивного диалога*, который требует значительной *языковой культуры* от участников спора. Для ведения такого диалога необходимо помнить, что каждый несет ответственность за нравственную атмосферу обсуждения на съемочной площадке. В основе конструктивного общения лежит установка: «сохранять выдержку» и соблюдать речевой этикет.

Важно понимать, что конфликт не случайная, а необходимая часть телевизионного общения. Любое ток-шоу построено на *конflikте*¹⁶⁸, через который проявляются объективные противоречия между участниками программы. *Диалогическое противостояние* в ток-шоу является «центром» зрелища, поскольку именно ток-шоу в наибольшей степени воплощают принцип диалогичности, сформулированный драматургом Л.А. Дмитриевым: «диалог на ТВ это драматургия человеческих взаимоотношений»¹⁶⁹.

Конфликт в телеэфире может быть внешним или внутренним. Внешний проявляется в открытой дискуссии, споре, иногда и в драке участников телесобытия, которые имеют принципиально разные мнения по обсуждаемому вопросу. Внутренний конфликт относится к привычным представлениям о жизни в соотношении с развитием исторических событий, что входит в противоречие с привычным восприятием вещей. В сценарии телепрограмм этого жанра, основанных на исторических фактах, обычно включены целые цепочки конфликтов. Эти программы представляют собой

¹⁶⁸ Понятие конфликт характеризуют как совокупность разнообразных форм столкновений (лат. conflictus означает именно «столкновение»). – *Прим. авт.*

¹⁶⁹ Дмитриев Л.А. Закон характера. Психология творческой деятельности и личность. – М.: 2007. С. 8.

поле диалоговых противоборств, где возможны различные маневры, смена позиций, изменения в стратегии и тактике, вкупе с использованием огромного материала средств кодирования и передачи информации. Однако важно понимать, что в диалоге, в том числе телевизионном, мы *не* разрешаем конфликт, а лишь обозначаем его. И ведущий программы должен уметь *направить* дисфункциональный конфликт в *функциональное* русло, т.е. заставить «работать» спор не на разрушительную, а на созидательную энергию спора.

Опытный ведущий в состоянии смоделировать диалог так, чтобы спорящие стороны могли извлечь интеллектуальную выгоду из различных позиций. Как это сделать? Существует только один способ – создать атмосферу взаимного уважения с готовностью прислушаться к чужому мнению. Если человек не испытывает уважения к своему собеседнику, формально выслушивая его возражения, он обычно досадует на то, что его перебивают, мешая осуществить его намерения. Такой конфликт неизбежно будет носить дисфункциональный характер, и никто не сможет ничему научиться. Но при уважительном отношении к собеседнику, независимо от согласия или несогласия с мнением Другого, индивид находится в состоянии открытости и восприятия того, что ему говорят. Он вряд ли безоговорочно примет чужую позицию, но он ее учтет, выстраивая собственную аргументацию, поскольку возражения указывают на неувязки в собственных рассуждениях. В большинстве случаев конфликт завершается принятием решения, а взаимные возражения оттачивают эти решения.

Диалог – *процесс поиска* единогласия, консолидации по определенному вопросу. В диалоге каждый предлагает свою лучшую идею. Как справедливо заметил Г.В. Дьяконов, в споре «злой» преображается в несущего откровение. В идеале каждая из сторон должна видеть сильные стороны в позициях других, учиться у них. Позиция разумности должна исходить из того, что у других участников диалогического взаимодействия есть часть ответа, а вместе они могут сложить эти части в рабочее решение

вопроса. Основопологающим принципом ведения конструктивного диалога выступает диалогический принцип, т.е. *принцип сотрудничества*. Чтобы успешно взаимодействовать, нужно уметь видеть ценность в иной позиции, в другой системе мировоззрения. Иначе говоря, слушать и слышать Другого. В этом случае удастся построить диалог, в котором происходит бахтинское «отзеркаливание добра». К.Поппер при ведении спора предлагает использовать некую рационалистическую установку: «Мне кажется я прав, но я могу заблуждаться, и вы можете быть правы. Во всяком случае давайте спорить, так мы можем скорее приблизиться к истинному пониманию, чем просто провозглашая свою правоту»¹⁷⁰.

Цель такого диалога прояснение позиций и поиск компромисса и консенсуса. Однако, человек при всех его интеллектуальных способностях легко заблуждается, и его умение держать эмоции под контролем ограничено. Участники телепрограмм – живые люди, не похожие друг на друга, которым не чужды несовершенства человеческой природы. В ситуации, когда бушуют страсти, партнеры рассматривают друг друга лишь в качестве объекта, вещи и принципиально отрицают наличие какой-либо общности. Причина ведения диалога на низком культурном уровне заключается в неготовности не только убедить другого человека, но и быть убежденным им. В итоге человек оказывается заложником собственных импульсивных действий, возникших под влиянием обстоятельств. Это проистекает из равнодушного отношения участников диалога к объекту обсуждения, что зачастую свидетельствует об их заинтересованности в решении проблемы, но этот эмоциональный фактор и приводит к деструктивности диалога. Опираясь на парадоксальный вывод Ю.Хабермаса,

¹⁷⁰ Поппер К.Предположения и опровержения: Рост научного знания. – М.: ООО «Издательство АСТ», ЗАО НПП «Ермак», 2004. С.589.

отметим, что дискурс направлен на взаимопонимание, однако его невозможно достичь¹⁷¹.

С точки зрения К.Поппера, диалектика дает положительную оценку значению *противоречия* в диалогических отношениях и, в частности, в процессе человеческого познания. «Не думаю, что стоит обсуждать вопрос о том, является ли человек более рациональным существом, чем эмоциональным... Я никогда не считал, что достижение позиции разумности должно стать одной из главных целей нашей жизни...»¹⁷², – отмечает он. Этот ученый стремится постичь человеческую природу и тайну диалогических отношений, что раскрывается в его суждениях. «Парадоксальная диалектика диалога чрезвычайно ярко проявляется в том, что наивысшей степени своей субъектности человек может достичь только в состоянии наивысшего контакта (диалога) с другим человеком, а наиболее полная реализация свободы человека возможна только при наиболее глубокой связи (диалога) с другим человеком или другими людьми»¹⁷³. Таким образом, личность способна раскрыться только в диалоге. «Здесь [в диалогическом противостоянии] человек не только проявляет себя вовне, а впервые становится тем, что он есть..., не только для других, но и для себя самого... Отвечая на зов Другого, он как бы отвечает самому себе»¹⁷⁴.

Все приведенные характеристики находят отражение и в телепрограммах разговорного жанра в той или иной мере. И их производителям следует это учитывать. Неразрешимые конфликты порождают то, что люди не в состоянии полностью оценить вклад других в совместные усилия поиска решения проблемы. При этом, основываясь на

¹⁷¹См.: Богомолов А.С., Гайденок П.П., Давыдов Ю.Н. Идеалистическая диалектика в XX столетии:(Критика мировоззренческих основ немарксистской диалектики).– М.:Политиздат,1987.С.22.

¹⁷² ПопперК.Предположения и опровержения: Рост научного знания. – М.: Издательство АСТ,:ЗАО НПП «Ермак», 2004. С.590-591.

¹⁷³ Дьяконов Г.В. Концепция диалога М.М.Бахтина как методология научно-гуманитарного мышления и мировоззрения // Феномен человека в психологических исследованиях и в социальной практике. Материалы Международной конференции (Смоленск, 23-25 октября 2003 г.). Под ред В.А.Сониной. – Смоленск: Изд-во Смоленского госуниверситета, 2003. С.22-27.

¹⁷⁴ Там же.

анализе медиатекстов, можно утверждать, что к основным источникам недопонимания относится манера, в которой носители разных мнений спешат поделиться своими мыслями. Вполне очевидно, что эффективность диалогического взаимодействия зависит от умения выражать свои мысли правильно. И необходимость концептуальной переориентации программной политики телеканалов в сторону развития интеллектуального телевидения давно назрела. Это понимают и создатели телепрограмм. В частности, Н.Никонова, экс-руководитель студии спецпроектов «Первого канала» и продюсер ток-шоу «Пусть говорят», обозначила важнейшие тенденции: «Мы начали с бурного выяснения отношений, а потом поняли, что существует и более разнообразная палитра. Что в студии тишина может быть звенящей и слушать ее будут с большим вниманием, чем крик»¹⁷⁵.

При этом важна роль ведущего: прежде всего, он должен в совершенстве владеть культурой речи. Его задача – сделать обсуждение интересным, не скатываясь до бульварщины. Стратегия вуалирования состоит в том, чтобы избежать навязывания своей позиции, стимулировать всех участников к высказыванию собственного мнения и одновременно уметь в нужный момент прервать их, т.е. нужно управлять ходом беседы, а это значит, не допускать отклонений от темы и нарушения культурных норм в диалоге. Поэтому за доброжелательностью ведущего должна скрываться твердость. Ведущий должен быть объективным и уважать мнение собеседников независимо от того, согласен он с ним лично или нет. При этом, по мнению А. Малахова, вопросы не должны быть мягкими или особо корректными: «Мне кажется, это не жестокость, а правда жизни»¹⁷⁶.

Таким образом, за внешне «простой» работой, ориентированной на мотивацию потребности участников диалога к высказыванию своего мнения, неизменно стоит серьезная подготовка, определенный набор профессиональных компетенций и умение владеть собой. Чтобы вести

¹⁷⁵ А.Малахов: За \$1 млн. и я готов быть предельно откровенным// URL: http://www.1tv.ru/sprojects_on_site/si5795/p103 (дата обращения 2.04.2011).

полемику конструктивно, необходимо в вежливой и ненавязчивой форме доносить до участников диалога цели телепрограммы, не позволять им оскорблять друг друга, не поддаваться на провокацию, уметь сглаживать «острые углы» в дискуссионном задоре. Малахов, как утверждают его коллеги, сглаживает углы «буквально в жерле вулкана, когда на него со всех сторон летят искры и пепел», и без подсказок продюсера, он «будто затылком чувствует к кому обратиться»¹⁷⁷. Также можно заметить, что этот ведущий чаще других пользуется следующими правилами:

1. Аргументировать решение проблемы не личными качествами человека, а его поступками.
2. Найти в первую очередь позитивные движущие силы поступка. («Хотели как лучше...»).
3. Проявлять к другим максимум доброжелательности.

Опытный журналист и телеведущий В.В. Познер стоял у истоков создания ток-шоу в России, а напряженный коллективный поиск истины через его диалоги с приглашенными в студию всегда оказывал воздействие на телезрителей. Однако участники его программ зачастую испытывают дискомфорт, связанный со страхом погубить свою репутацию. В ходе интервью звездам, политикам, деятелям искусства и кино приходится отвечать на неудобные и провокационные вопросы. В качестве примера приведем фрагмент встечи В.Познера с Б.Гребенщиковым в эфире программы «Познер» («Первый канал» от 14.11.2010), где ведущий попросил обосновать рок-музыканта свое высказывание на телеканале ВВС о том, что «в обществе 5% умных, а остальные слушают поп-музыку и смотрят телевизор».

В.Познер: *«Вам не кажется, что такое утверждение 5 процентов умных, а остальные – так себе, неприличным? ... Оно крайне жесткое, если не сказать жестокое. Где эта любовь, которая должна быть?».*

¹⁷⁷ Ланкина Е.Наталья Никонова: «У каждой женщины свой Малахов»././Московские новости, №38, 28.09.07// URL.: <http://lenizdat.ru/a0/ru/pm1/c-1054548-0.html> (дата обращения 2.04.2011)

Позже Гребенщиков поделился в прессе, рассказывая, что в ходе телеэфира он чувствовал «унижение»: «после этой передачи я посмотрел сам на себя и страшно себе не понравился», «была раздраженность самим собой»¹⁷⁸. Говоря о ценности профессиональной журналистики, важно отметить, что формулировка вопросов В.В.Познера базировалась лишь на фактах. В разговоре с героями телепередач этот ведущий умеет создать «накал», не повышая голоса, не переходя на личности, напротив, он старается придерживаться принципа позитивной вежливости, отличается доброжелательностью и тактом. В интервью телеведущий В.В.Познер использует следующие принципы:

1. Формулирование высказываний в «модальной упаковке»: не «Вы говорили», а «Насколько я помню, вы говорили...».
2. Сомнение в выполнимости просьбы ведущего: «Вы едва ли согласитесь рассказать нам все, что вам известно».
3. Возвышение персоны-адресата и принижение себя как ведущего: «Я не знаю, но вы-то не можете не знать».
4. Готовность извиниться: «Конечно, вам трудно, но я вынужден...»
5. Генерализация требований: не «не делайте так», а «так обычно не делается» и др.

Такой подход к своему собеседнику вполне оправдан. Он выстраивается на потенциале личности телеведущего, который вполне осознает всю силу своего профессионального и житейского опыта, позволяющие удерживать диалогические отношения на должном уважительном и вполне динамичном уровне. При этом, задавая «неудобные» вопросы и даже споря со своим собеседником во время диалога, у телезрителей ни на минуту не возникает ощущение, что может создаться конфликтная ситуация, даже если один или другой участник диалога не согласен с высказанным мнением. Выстраивание подобных диалогических отношений, где конфликт мнений глубоко

¹⁷⁸ Гребенщикова поражает наглость некоторых музыкантов, которым позволяют играть музыку, а они еще и разговаривают.//Новый регион – Москва, 01.12.2010. // URL.: <http://www.nr2.ru/moskow/311187.html> (дата обращения 26.10.2013).

закамуфлирован, следует отнести к диалогу «на равных», когда каждый из собеседников вслушивается в высказывания Другого. Кроме того, телепрограмма «Познер» рассчитана на определенную социальную группу телезрителей, для которых важна личностная интерпретация того или иного события или явления, высказанная каждым из собеседников.

Чтобы избежать «конфликта интерпретаций», по П.Рикёру, и культурной деградации общества, необходимо учитывать, что создатели экранного сообщения не просто ориентируется на определенную дифференцированную группу потенциальных зрителей, но и в рамках принципа диалогичности моделируют вероятностный образ того, с кем ведут диалог. Телевидение, как социальный институт, само является частью культуры, и в связи с тем, что производимый этим массмедиа экранный продукт наполнен культурологическими смыслами, его основная задача нести духовно-нравственные и интеллектуальные ценности в массы, влияя тем самым на мироощущение разных социальных групп и субкультур российского общества.

2.4. Культурологические аспекты речевой модели медиатекстов ток-шоу

Одним из наиболее значимых аспектов диалогичности телевизионной культуры можно обозначить культуру употребления разговорной речи, важнейшая задача которой помочь разобраться человеку в огромной совокупности эмпирического материала, выявить определенные жизненные тенденции, закономерности, принципы, иначе говоря, осмыслить разнообразную, иногда противоречивую информацию. Диалогическая специфика телевизионной речи идеально убеждает в том, что лексический отбор материала должен способствовать достижению этого коммуникативного эффекта. Стиливые и стилистические черты современного медийного продукта представляют собой определенные **конструкции**, которые оказались востребованными в условиях современного медиарынка.

Медиатекст ток-шоу, впрочем, как и других программ разговорного жанра, характеризует «процессуальный компонент»: очередность

высказываний оппонентов, а также вопросно-ответный комплекс, то есть представляет собой классическую процедуру диалога. Последовательность высказываний составляет «грамматику текста». Отметим, что выбор языковых средств определяется общим тематическим и коммуникативным замыслом телепрограммы. Т.А. ван Дейк указывает на тесную связь понятия «стратегия» с категорией «дискурс», рассматривая дискурс как цепь речевых актов, и указывает на то, что дискурс – модель, основывающаяся на общей структуре построения, зависит как от собственно текста, так и от специфических личностных качеств субъекта коммуникации. Стратегия или концепция телепрограммы не просто направляет языковые действия, но и посредством речи создает некую новую смысловую среду.

Учитывая диалогическую специфику телевидения, согласно которой оно само по себе является сложным и специфичным пространством коммуникации, подчеркнем, что медиатекст ток-шоу многослоен и представляет собой целостное, специфичное и сложное явление речевой практики, а также языкового опыта различных представителей социума. Он представляет собой объединение отдельных текстовых компонентов: *слов ведущего, репортажей корреспондентов, высказываний героев программы, приглашенных экспертов и представителей зрительской аудитории в студии*. При этом речь ведущего можно условно считать связующим звеном набора материалов и отнести ее к текстообразующим компонентам. Что же касается характеристик, свойственных медийному дискурсу в ток-шоу, можно выделить композиционное направление текста, построение которого в результате высказываний участников в наибольшей степени *актуализирует противоречия* в связи с противопоставлением фактов и контрастов в описании жизненных ситуаций.

Структурные модули классического ток-шоу

Композиционный элемент программы	Диалогическая функция
<i>Входная заставка</i>	Привлечение внимания целевой аудитории, сообщение о начале программы, структурное отделение одного материала в сетке вещания от другого
<i>«Вход» ведущего</i>	Первый персонифицированный контакт со зрителем: приветствие, объявление темы
<i>Представление гостей: героев и экспертов</i>	Знакомство зрителей с участниками дальнейшего действия
<i>Тематическая зарисовка</i>	Стремительное введение зрителя в заявленную проблематику, как правило, посредством сюжета о драматическом столкновении индивида с жизненными реалиями, биографической зарисовкой, исторического или статистического экскурса
<i>Вводный диалог с ведущим</i>	Посредством вопросов, обращенных к героям, телеведущий знакомит зрителей с деталями обстоятельств; начинает формироваться позитивное/негативное отношение к участникам на основе первых высказываний, возникает «эффект первого впечатления»
<i>Вопросы зрителей</i>	Выход за рамки официальных норм общения, которые ведущий не имеет права нарушать, в отличие от «народных представителей»

<i>Комментарии экспертов</i>	Оценивание проблемной ситуации с целью предложить зрителям варианты суждений
<i>«Эффект ОВД»¹⁷⁹</i>	Неожиданный драматургический поворот с целью создать интригу, втянуть зрителя в некое разгадывание тайны, повесить интерес, усилить эмоции
<i>Вопросы зрителей</i>	Повторяющиеся модули с добавлением новых фактов и привлечения участников диалога для удержания интриги в студии, а также зрителей у экрана
<i>Комментарии экспертов</i>	
<i>«Эффект ОВД»</i>	
<i>«Выход» ведущего</i>	Подведение итогов беседы, прощание со зрителями, призыв смотреть следующий выпуск и его анонсирование

Кольцевая композиция классического ток-шоу, которое начинается с объявления темы и представления героев, а заканчивается решением общественного суда, предполагает публичное обсуждение проблем в эмоциональном ключе. Если ранее, в другие исторические периоды, Д.Вертов, С.Муратов, И.Беляев работали над методикой «провоцирующих ситуаций», чтобы дать возможность герою свободно говорить, используя привычную для него лексику и добиваясь наибольшей естественности в поведении перед камерой с тем, чтобы «слова и мысли были синхронны», то современному телевидению с его принципом «устности речи» свойственно неоправданное злоупотребление избыточности лексических средств. Чтобы достичь большей экспрессии, создатели ток-шоу используют «метод провокаций» для героев программ, при этом темперамент приглашенного в

¹⁷⁹ «Эффект ОВД» – эффект неожиданности на ТВ (впервые на отечественном экране был использован в программе «От всей души» 1972 г., ведущая В.Леонтьева. – *Прим.авт.*

студию не учитывается, тогда как эмоциональное состояние участника дополнительно накладывает выразительный отпечаток на качество его речи. Такого провокационного подхода к концепции программы и участникам передачи на советском ТВ не наблюдалось. Анализируя речь ведущих советского телевидения В.Вульфа, Н.Дроздова, Г.Скороходова, Э.Радзинского и других, В.И.Новикова, в частности, обращает внимание на то, что «от их программ, зритель умнеет, ибо несут они в себе огромный познавательный и интеллектуальный заряд, речевую и поведенческую культуру»¹⁸⁰. Например, блестящие телевизионные очерковые передачи В.Вульфа были результатом огромной предварительной литературной работы, в частности, тщательной подготовки к диалогу с телезрителем.

Если проводить сравнение с практикой телевидения советского периода, то в отдельных случаях усложненность синтаксиса и лексика книжной речи, несомненно, затрудняют восприятие речи. Однако, отсутствие в современных ток-шоу тщательного отбора при использовании лексических и стилистических средств, излишняя их непринужденность негативно сказываются на смысловой четкости и ясности концепции передачи. В условиях развития цифровой среды возросли, разумеется, скорость производства телепрограмм, повысился темп речи, изменились задачи телевизионной журналистики, как изменился и сам зритель: он стал информированнее, мобильнее, получил возможность использовать огромное количество источников информации одновременно. Но необходимо понимать, как важно в этих новых условиях повысить требования к качеству медиатекста, создатели которого, порой намеренно, что называется, «на потеху публике», либо игнорируют просветительскую функцию телевидения в принципе, выдавая в эфир неграмотные речевые конструкции, либо относятся к лексической и стилистической стороне телепродукта с пренебрежением, результатом чего является обилие штампов и ошибок,

¹⁸⁰ Гаймакова Б.Д., Макарова С.К., Новикова В.И., Оссовская М.П. Мастерство эфирного выступления.–М.:2007. С.17.

наблюдается дефицит грамотных речевых практик, настраивающих массового зрителя на активную познавательную деятельность, необходимых для формирования рефлесирующей и грамотной аудитории.

Особенностью разговорного телевизионного медиатекста является неподготовленность устного диалога, зафиксированного видеокамерой. В «живых» импровизационных диалогах, зритель прощает участникам оговорки, запинки, лексические неточности. Однако живое обсуждение проблем обеспечивает открытый характер общения, представляющийся зрителям полностью импровизированным, и, казалось бы, полностью позволяет снизить бдительность к соблюдению грамматических норм. Примеры высказываний в эфире современных телепрограмм показывают, что чрезмерная индивидуализация общения, демонстрация человека «таким, какой он есть» несет в массы недостатки речи выступающих: это и слова-паразиты, и казенные канцелярские обороты, и неточность в выборе слов, и грамматические, а также орфоэпические ошибки. Поэтому важно обратить внимание на состав лексических средств в жанрах, более всего обеспечивающих контакт между экраном и аудиторией. Анализируя медиатексты самых рейтинговых ток-шоу центральных каналов страны – «Первый канал», «Россия 1», «НТВ», а также ряда региональных телеканалов Московской области: Коломенское телевидение (г.Коломна Московской области) , ИНКО-ТВ (г.Луховицы Московской области), Искра-ВЭКТ (г.Воскресенск Московской области). Отметим, что в текстах информационно-аналитических программ в жанре ток-шоу средством выразительности, зачастую, служат некорректные по отношению к нормам русской литературной речи лексемы.

Говоря о лексическо-стилистических ошибках, заметим, что в телепрограммах они принимают различные формы. Так, в стремлении сформулировать мысль более выразительно герои и ведущие телепрограмм используют в высказываниях **известные выражения, метафоры, пословицы, поговорки и цитаты.** При этом, часто это происходит не к

месту и ведет к искажению смысла. Например, *«В наши жирные годы нам говорили откладывать в кубышку»* (В.Звагельский, «Время покажет», «Первый канал», 17.02.2016), – под эпитетом *«в наши жирные годы»*, видимо, автор высказывания подразумевает время, когда можно было хорошо зарабатывать;

Или *«...меня на оторок берет, потому что, когда человек из старых времен... выходит с новыми, добрыми, замечательными словами, у меня одно подозрение, что у него просто кончилось, чего было, а вперед, че догрыздь, это тока что есть»*. (Е.Сатановский, «Поединок», «Россия-1», 25.02.16), – в данном случае злоупотребление просторечиями приводит к потере смысла. Возможно, имеется в виду, что человек, который давно не появлялся перед публикой, пытается привлечь внимание масс красивыми словами для того, что бы заработать.

Или *«приехать... и выступать в роли фона это...»* (В.Никонов, «Поединок», «Россия-1», 31.03.16), – здесь прослеживается нарушение лексической логики, выступать в роли фона нельзя, понятие «роль», как правило социальное. Можно, в переносном смысле *быть в качестве фона*, т.е. незаметным либо безучастным на том или ином мероприятии;

Или *«...не хватит пальцев рук, что б вы начали это перечислять»* (Д.Куликов, «Воскресный вечер с Соловьевым», «Россия-1», 24.04.16), – распространенное выражение *не хватит пальцев, что б пересчитать*, искажено до утраты лексической логики;

Или *«...может быть смотрю пошире (вместо смотреть шире) на все это»* (Д.Куликов, «Воскресный вечер с Соловьевым», «Россия-1», 24.04.16). Или *«...политический кризис... это как фурункул, он пока не взорвет, пока все не сможет выплеснуться, оно не остановится»*. (О.Ковитиди, «Большинство», «НТВ», 22.04.16), – это некорректная сравнительная форма, т.к. фурункул не взрывается, он *созревает*, гной из него *выходит*, а не *выплескивается*;

Другой пример: *«Не настолько богатая страна, что б позволить себе бедных чиновников. Бедные чиновники это коррупция»*. (П.Жовниренко, «Большинство», «НТВ», 22.04.16), – от «мы не настолько богаты, что бы покупать дешевые вещи»; или *«Кто оплачивает музыку, тот её и заказывает, сегодня мы видим... как ведут себя оппозиционеры»* (О.Ковитиди, «Большинство», «НТВ», 22.04.16), – в данном случае известное разговорное выражение «кто девушку ужинает, тот ее и танцует», искажается, являясь в данном контексте стилистической ошибкой.

При неподготовленной речи мысль опережает артикуляцию, что приводит к выходу в эфир высказываний, которые не имеют **правильной лексико-стилистической формулировки**, что является основной проблемой ошибок и неточностей в медиатекстах разговорных телепрограмм. В результате неправильного выбора слов у социума размывается восприятие их позитивного и негативного смыслов. У центральных телеканалов их региональные коллеги копируют демократию речевой культуры: *«Ситуация с рабочими местами на Коломзаводе становится все хуже. – А вы не приукрашиваете (правильно: не сгущаете краски)?»* (И.Симаков, «Постфактум», Коломенское телевидение, 23.03.16); – *«Я потерял работу благодаря ее участию»* (М.Коршунов, «Пусть говорят», «Первый канал», 12.11.15), благодарить не за что, правильно: *Я потерял работу из-за нее*.

Зачастую, участники диалога не понимают **лексической несочетаемости** слов в русском языке. Это, пожалуй, самая распространенная погрешность, допускаемая в том числе и ведущими: *«Вопрос... по теме актуальности перезахоронения Владимира Ильича Ленина...»* (П.Толстой, «Первый канал», «Время покажет» 28.01.2016) – возможный правильный вариант: *Актуальный вопрос, касающийся темы перезахоронения Владимира Ильича*; *«Сегодня Министерство финансов уже говорит, что...»* (В.Звагельский, «НТВ», «Время покажет», 17.02.2016), – возможный правильный вариант: *Представители (работники, специалисты) Министерства финансов говорят, что...;*

«...Россия пыталась выяснить о чем это» (В.Никонов, «Поединок», «Россия-1», 31.03.16) – более удачная формулировка: *Представители российской стороны/российские дипломаты пытались выяснить о чем это...*;

«Инфляция, рост цен, там, всякие платы за капремонт...» (Е.Сатановский, «Поединок», «Россия-1», 25.02.16), – в исправленном варианте, это могло бы выглядеть так: *инфляция, рост цен, оплата различных счетов, в том числе и за капремонт*; или *«Ближайший к нам пример, распад Советского союза»* (Е.Надеждин, «Поединок», «Россия-1», 25.02.16), – исправленный вариант: *Во временном отрезке, ближайший к нам пример, распад Советского союза*; или *«...времен, которые мы уже помним...»* (В.Никонов, «Поединок», «Россия-1», 31.03.16), более верно: *времен, которые мы еще помним*; или *«...на любые решения есть разные варианты...»* (В.Рыжков, «Поединок», «Россия-1», 31.03.16), правильно: *у любой проблемы есть разные варианты решений*;

«Всякий раз, глядя на эту чехарду, возникает надежда, ну может образумится.» (С.Шаргунов, «Воскресный вечер с Соловьевым», «Россия-1», 24.04.16). Образумиться может человек, политическая чехарда (устойчивое выражение) – прекратиться.

«...Тезис, о том, что внешнее управление – американцы руководя, это не красное слово» (Д.Куликов, «Воскресный вечер с Соловьевым», «Россия-1», 24.04.16) – трудно согласиться с таким словосочетанием. Тезис не может быть о том, это всегда четкая формулировка. А *«красное слово»*, означает пустые слова. Однако, если вдуматься в прочитанное – логико-стилистическая связи между словами нарушена. В исправленном варианте, это могло бы выглядеть так: *то, что американцы задают тон внешней политике, это верно.*

«...в Америке вынужденная пауза, в связи с этой паузой Яценюка и надо заменить» (Д.Куликов, «Воскресный вечер с Соловьевым», Россия-1, 24.04.16) Возможный правильный вариант: *нужно использовать момент,*

пока американские политики заняты другими проблемами и не лезут в дела Украины, и заменить Яценюка; или «...решения не только по депутатам, но и по чиновникам, по кабинету министров» (П.Жовниренко, «Большинство», НТВ, 22.04.16), более верный вариант: «решения касаются...». Погрешности такого рода типичны для людей у микрофона. Не соответствуют нормам литературной речи смысловые повторы в эфире.

В предложениях выступающих соседствуют **однокоренные слова (тавтология)**: *«Вопрос о вашем личном отношении о («к» – У.З.) личности основателя советского государства...» (П.Толстой, «Время покажет», Первый канал, 28.01.2016). Или «Выступление требует нечеловеческих усилий, человек как сжатая пружина» («Гимнастика со звездами», «Первый канал», 7.05.2016). Или «Это один из вариантов, т.е. там есть еще и более пессимистичные в этой экономической школе, но этот, вот, пессимистичный, как вы считаете, с чем это связано, такой пессимизм?» (П.Толстой, «Время покажет», Первый канал, 17.02.2016). Неоправданный повтор слова рассматривается как стилистический дефект.*

Присутствие в речи лишних слов (плеоназмов) засоряют речь в телеэфире. Лексическая избыточность – распространенная ошибка участников обсуждения в ток-шоу: *«...новый прогноз, также значительно невоодушевляющий совершенно, вот, послушайте, пожалуйста...» (П.Толстой, «Время покажет», Первый канал, 17.02.2016).*

К лексико-стилистическим ошибкам относят также заполняющие паузу звуки: *«Но, вот, на днях, министерство финансов, министерство, которое известно своим, а-а-а, осторожным, если, не сказать, пессимистичным отношением, а-а-а, к сбережениям, а-а-а, денег...» (П.Толстой, «Время покажет», «Первый канал», 17.02.2016).*

Чистота телевизионной речи предполагает отсутствие у героев обсуждения **«слов-паразитов» и эфемизмов**. Однако, и журналисты, и политики, и, конечно, не привыкшие к телекамерам рядовые граждане, в обсуждении на ток-шоу, то и дело к месту, вставляют в речь свои «любимые

словечки» для связки слов: *так сказать, видите ли, понятно, собственно говоря; ну и вот, по типу; блин, ешкин кот, елы-палы и пр.* Например: «Уже на самом деле ясно, на самом деле, что этот костюм ей больше идет... и это, на самом деле, при том, что висело в ее гардеробе» («Модный приговор», Первый канал, 4.09.2015). Или – «...на днях, вот, приходил только и не думал, вот, даже о таком» («Пусть говорят», «Первый канал», 14.09.15). Или – «...нетрудно понять, все устают, конечно, но такое отношение к детям, конечно, если вы не работаете, вы же бабушка, так, конечно, нельзя» («Пусть говорят», «Первый канал», 25.07.2016). Еще пример: «...да, я не знал, блин, что так получится» («Пусть говорят», «Первый канал», 25.07.2016).

Настоящим бедствием современного телеэфира являются так же употребляемое не к месту «как бы»: «*Меня, как бы, все устраивает*» (Д.Билан, «Голос-дети», «Первый канал», 22.04.16). Или «*Мы живем, как бы, вместе*» («Пусть говорят», «Первый канал», 25.07.2016). Или «*Я там, как бы, был, видел все, как бы...*» («Пусть говорят», «Первый канал», 14.09.15). Такая неряшливость убивает смысл сообщения. По выражению А.Толстого, «обращаться с языком кое-как, значит и мыслить кое-как: неточно, приблизительно, неверно»¹⁸¹. Зыбкость речи отражает зыбкость мыслей и чувств коммуниканта.

Другой пример: «...когда мы жили, как бы, при социализме...». (В.Никонов, «Поединок», «Россия 1», 31.03.16). То есть мы-то думали, что живем при социализме, а на самом деле не ясно, что это было. Частица «как бы» отражает неуверенность говорящего. При помощи «как бы» значение слов размывается, экспрессия слова, энергетика языка – снижаются: «*как бы любовь*», «*как бы ненависть*», «*как бы пришел в гости*». То есть и любовь не очень любовь, и ненависть не совсем ненависть, и гости не гости. «Как бы» накладывает на смысл высказывания целую гамму смысловых полутонов, оттенков, даже противоположных значений.

¹⁸¹ Толстой А.Н. Полное собрание сочинений. – М.: ГИХЛ, Т.12. С.357.

Прочно закрепились в медиатекстах ток-шоу **синтаксико-стилистические ошибки**. Особенно распространено **нарушение согласования слов**: «...вопрос о вашем личном отношении о личности основателя советского государства...» (П.Толстой, «Время покажет», «Первый канал», 28.01.2016). Возможный правильный вариант: *вопрос о вашем личном отношении к личности основателя советского государства*.

«За время, пока Владимир Путин является главой государства...» (П.Толстой, «Время покажет», «Первый канал», 28.01.2016). Правильно: *За то время, пока Владимир Путин является главой государства*. Или «...что здесь интересно и чего можно порадоваться» (В.Звагельский, «Время покажет», «Первый канал», 17.02.2016), возможный правильный вариант: *чему можно порадоваться*. Или «...нам говорят о том, как будет хорошо» (Б.Надеждин, «Поединок», «Россия 1», 25.02.16), верный вариант: *нам говорят о том, что будет хорошо*.

«Можно политический курс страны будут определять те, кто чего-нибудь сделал в этой стране» (Е.Сатановский, «Поединок», «Россия 1», 25.02.16), более верная конструкция: *можно политический курс страны будут определять те, кто что-то сделал для этой страны*. Или «Это американская такая, внутривнутриполитическая событие» (В.Никонов, «Поединок», «Россия 1», 31.03.16). Другой пример: «...сказать и сделать на Украине понятие несовместное это.» (правильно: *несовместимое*) (В.Соловьев, «Воскресный вечер с Соловьевым», «Россия 1», 24.04.16).

Неверное ударение, по высказыванию медиалингвиста В.И.Новиковой, «так же оскорбительно для слуха, как неупотребительное или искаженное слово»¹⁸². Например: «...до последнего старалась облегчить (правильно: *облегчить*) судьбу» (Г.Малахов, «Пусть говорят», «Первый канал», 14.09.2015). Или «...они живут там не по средствам» (правильно: *не по средствам*) (Ю.Рощина, «Разговор с чиновником», «ИНКО-ТВ», 25.10.2015).

¹⁸² Новикова В.И. Стилистика и культура речи в эфире.//Мастерство эфирного выступления. М.:Аспект Пресс, 2007.С.119.

Или «...чтобы Рада отозвала (правильно: отозвала) неудовлетворительную оценку» (Д.Куликов, «Воскресный вечер с Соловьевым», «Россия 1», 24.04.16); Или «...он только последний год этим занялся» (правильно: занялся) (Е.Еленина, «Актуальный разговор», «Искра-ВЭКТ», 26.05.2016).

«Проглатывание» звуков и нарушение произношения в окончании слов, распространенная диалоговая практика участников передач. Нелитературные орфоэпические практики – часть разговорной фонетики, однако, на современном телеэкране медиалингвисты отмечают утрату равновесия между узусом и нормативными предписаниями для профессионалов СМИ. Так, **орфоэпические нарушения** имеются в следующих репликах: «...в его отношении к Ленина (правильно: к Ленин[у])» (П.Толстой, «Время покажет», «Первый канал», 28.01.2016). Или «...что-нидь (правильно: что-ни[бу]дь) построить....» (Б.Надеждин, «Поединок», «Россия 1», 25.02.16). Или «...щас (правильно: [сей]час) пришел» (Е.Сатановский, «Поединок», «Россия 1», 25.02.16). Или – «...поставить куда-нидь» (правильно: куда-ни[бу]дь) (Е.Сатановский, «Поединок», Россия, 25.02.16). Или «Как только его избрали, че (правильно: ч[то]) предложил» (С.Шаргунов, «Воскресный вечер с Соловьевым», «Россия 1», 24.04.16). Другой пример «...тока (правильно: то [л'] ко) расслабились» (Б.Надеждин, «Поединок», «Россия 1», 25.02.16).

Типичные языковые ошибки в телеэфире свидетельствуют о том, что далеко не все благополучно в диалоговых практиках современного социума. Разговорным текстам медиадискурса свойственно расшатывание грамматических и фразеологических норм. Причинами частых отступлений от литературной нормы служат, главным образом, малограмотность и небрежное отношение к правилам русского языка и своей речи. Кроме того, «качество» (смысловая, грамматическая и лексическая правильность) высказывания зависит от психологического состояния адресанта, его культурного и профессионального уровня. На использование лексического арсенала влияет и разнонаправленность целей каждого из субъектов-участников диалога, различия в мотивации субъектов, их жизненного опыта,

уровня речевой культуры. Чаще всего субъектом коммуникации движет не один мотив, а несколько, и тут возможно противоречие коммуникативных целей участников диалога, что также служит фактором, влияющим на лексическую структуру медиатекста.

Чтобы составить представление о характере медийного дискурса ток-шоу, необходимо проанализировать свойственное ему особое *оценочное построение текста* при явно *агрессивной направленности*. **Оценка** может даваться прямо и косвенно. Способами открытого выражения оценочности служат лексические средства (экспрессивная лексика, фразеология), синтаксические средства (субъективно-оценочные конструкции), собственно риторические средства (аргументация, повтор и др.). Прецедентные феномены и *эмоционально-экспрессивная оценочная лексика* становятся определяющими стиля медиатекста ток-шоу. Немалый интерес представляет реализация языковой техники и использование семантических, стилистических и лексических возможностей при составлении высказываний. Широко используется *непрямой* способ выражения оценки. Коммуникативная цель, в данном случае, также достигается за счет лексических средств, их использование весьма разнообразно. Например, метафорическая образность высказывания нередко служит средством выражения *позитивной* или *негативной* оценки: «*Кому на Руси жить хорошо, тот в Лондоне живет.*» («Пусть говорят», «Первый канал», 14.09.15) – негативная оценка российской социальной действительности. Или «*Я сейчас пережила все семнадцать мгновений...*» (И.Шишкова, «Сегодня вечером», «Первый канал», 7.05.16) – положительная оценка, передающая впечатления от просмотра фрагмента фильма Т.М. Лиозновой «Семнадцать мгновений весны», в котором Штирлиц встречается в кафе с женой. Еще пример: «*Вся причина всегда в деньгах, большие не в чем.*» (Л.Броневой, «Сегодня вечером», «Первый канал», 7.05.16) – негативная оценка согласия режиссера на оформление фильма «Семнадцать мгновений весны» в цвете.

Среди образных средств языка, употребляемых героями телепрограмм для оценки субъекта обсуждения, отметим **использование сравнений**: *«Она (Т.М.Лиознова – У.З.) была сложная женщина, непонятная, но талант, как прыщ, который вскочит неизвестно где.»* (Л.Броневой, «Сегодня вечером», «Первый канал», 7.05.16). Или *«Этот послевоенный кошмар, я помню это время, нас нельзя выморить, как тараканов...»* (Л.Броневой, «Сегодня вечером», «Первый канал», 7.05.16).

Применение эпитетов: *«Мне сказали, Олег, так играть фашистского выродка – безнравственно...»* (О.Табаков, «Сегодня вечером», «Первый канал», 7.05.16), в данном случае, высшая похвала работы актера.

Гипербола как стилистический прием в контексте оценивания позволяет подчеркнуть масштаб проблемы: *«Я благодарна Первому каналу за шоу «Гимнастика со звездами». Вся страна начала петь, танцевать и кататься на коньках, а художественная гимнастика, как Золушка...»* (т.е. забытая бедняжка –У.З.). (Эфир 7.05.2016). Или *«Голову бы за это оторвал»* (В.С.Лановой «Сегодня вечером», «Первый канал», 7.05.16) – негативная оценка того, что фильм «Семнадцать мгновений весны» раскрасили. Также непрямая оценочность может осуществляется за счет излишней категоричности с использованием иронической тональности.

Ирония часто применяется в высказываниях героев ток-шоу, например, для достижения цели снижения значимости обещаний и действий чиновников: *«Ну да, зарплаты поднимет до 70 тысяч, только к этому времени буханка хлеба будет стоить тысячу рублей»* («Пусть говорят», «Первый канал», 14.09.15). Или *«Мы не виделись всего несколько лет, лет сорок.»* (Л.Куравлев, «Сегодня вечером», «Первый канал», 7.05.16).

Важно заметить, что язык любого говорящего, в том числе и участника ток-шоу, имеет индивидуальные особенности: в частности, на речь заметное влияние оказывает профессия и род деятельности говорящего. Заметные и запоминающиеся зрителю детали речи, делают высказывания отдельных авторов узнаваемыми. Личностный компонент включает и отношение

оппонентов к обсуждаемой проблеме, в связи с этим важной дискуссоформирующей категорией являются **риторические приемы**. В медиатексте ток-шоу доминантой является *логическое выстраивание аргументации*, направленной на убеждение слушателей, т.е. система тезисов и аргументов. Ряд языковых конструкций, отражающие личный опыт говорящего и выражающие его индивидуальность, представляет собой так называемую «Я-линию». В исследуемом жанре телепрограмм «Я-линия», как правило, проявляет себя в процессе оценивания с использованием личного местоимения первого лица единственного числа и его производные: «Я с волнением слушаю рассказы героев и вспоминаю свою собственную встречу с Татьяной Михайловной...» (И.Кобзон, «Сегодня вечером», «Первый канал», 7.05.16). Или «Я могу только за себя говорить» (О.Сошникова, «Сегодня вечером», «Первый канал», 7.05.16). Или «Моя мама инвалид первой группы, отец-инвалид второй группы, это вклад нашей семьи в Победу» (В.С.Лановой, «Сегодня вечером», «Первый канал», 7.05.16). Или «Я не один, наверное, такое вам говорю...» (Г.Малахов, «Пусть говорят», «Первый канал», 14.09.15).

Чтобы быть более убедительными в споре, участники обсуждения используют **лексические повторы**. За счет повторяемости значение в общем потоке усиливается: «...не хотел играть как при Сталине идиотов, а что мы тогда пять лет с ними воевали, если они идиоты.» (Л.Броневой, «Сегодня вечером», «Первый канал», 7.05.16). Или «...это великая память того великого поколения... (О первом Параде Памяти в Томске – У.З.; В.С. Лановой, «Сегодня вечером», «Первый канал», 7.05.16).

Стратегия позитивной или негативной вежливости в возражении используется телеведущими ток-шоу, чтобы расположить собеседника к себе, вывести его на откровенный разговор. Так, чаще всего, в разговоре применяют **возражение с подтверждением правоты**: «...вы правы, но забыли, что нужно думать и о себе...» (А.Васильев, «Модный приговор», «Первый канал», 25.11.2016). Или «...хорошо, что вы заметили, однако если

вы не выполните требования вашей мамы, можете лишиться детей» (Г.Малахов, «Пусть говорят», «Первый канал», 25.07.2016).

Речевые конструкции с **подчеркнутым вниманием к интересам партнера**: *«В любом случае, ваш ребенок, это ваше дело, но вы ведь хотите, что б он поступил в престижный вуз.»* (Г.Малахов, «Пусть говорят», «Первый канал», 25.07.2016). Или *«Чего хочется, услышать в ситуации, когда многие отвернулись...»* (Г.Малахов, «Пусть говорят», «Первый канал», 28.04.2016).

Получить ответ на не самый приятный вопрос, удастся **обоснованием собственной просьбы**: *«Чтобы телезрители не сомневались в том, что вы выполните обещания, я хотел бы попросить прокомментировать следующее ваше высказывание...»* (В.Познер, «Познер», «Первый канал», 14.09.15).

В разговорных жанрах применяются **эмоциональные эфемизмы**: *«Господин посол, а вы не находите, что Запад никогда не доверял России, а Россия никогда особенно не доверяла Западу?»* (В.Познер, «Познер», «Первый канал», 14.09.15).

Как еще одну словесную форму негативного отношения (презрения), наряду с прочими стилистическими приемами, участники диалога в студии используют **деструктивные советы**: *«На твоём месте я бы со стыда сгорела; ты бы лучше постеснялся вспоминать; ты бы еще...; на твоём месте, я бы не стала рот открывать...и т.п.»*. Усилителем негативной оценки предосудительных действий в телепрограммах служит **патетический тон**, функция которого показать силу несогласия и «глубокую праведность» автора высказывания. Склонность к патетике характерная черта медиатекстов ток-шоу. Аппеляция, чаще всего, традиционно сводится к национальным или семейным ценностям: таким, как *честь, независимость нации или семьи, любовь к детям, родителям или отечеству и т.п.*; а также к концептуально дополняющим действиям, таким, как *позор, предательство, трусость, унижение, заговор, коллаборационизм и т.п.*

К провокации конфликта при оценке ситуации можно отнести **«нагнетающее перечисление»**: *«...быстро вы забыли как долги вам прощали, как инфраструктуру создавали, как рабочие места и возможность учиться в Москве»* («Поединок», «Россия 1», 25.02.16). При этом, сам подбор фактов и их расположение, можно назвать «чистым модусом», т.е. полем субъективного.

Массмедийный дискурс ток-шоу характеризуется высокой степенью насыщенности **клишированными и коллокациями**¹⁸³. Многие устойчивые выражения утратили образность из-за их неумеренной эксплуатации в телеэфире. Например, *«оставайтесь с нами», «не переключайтесь», «уходим на рекламу»: «Мне подсказывают, что мы должны прерваться на рекламу, но сначала, давайте посмотрим еще один фрагмент...»*(Г.Малахов, «Пусть говорят», «Первый канал», 28.04.2016).

Другой штамп: *«лица кавказкой национальности»*, при том, что такой национальности не существует, это словосочетание заимствованно из языка милицейских протоколов 1980-х годов, употребляемое в связи с ростом преступлений этнических группировок. Обиходные названия народностей *хачи, хохлы, чурбаны, даги, пиндосы, урюки* также являются штампами и примером грубой лексики на ТВ. Помимо прочего, в медийном дискурсе ток-шоу актуализируются стереотипы: *«У нас в стране ничего не меняется»; «Все воруют...»; «Не ясно с кем она спала, но как-то она в депутаты пробилась»*.

Особо отметим, говоря о **грубовато-просторечной тональности**, к которой тяготеет современный разговорный стиль при подачи информации, что мера использования средств разговорного стиля в телепрограммах отсутствует, что обрекает формирующийся языковой вкус общества ориентироваться на разговорную просторечную экспрессивность. Свидетельство тому – *грубая лексика*, в которой преобладают *жаргонные и сленговые конструкции*. Их употребление в эфире стало неоправданной

¹⁸³ Коллокации-привычные для носителей языка, часто встречаемые сочетания слов. – Прим.авт.

нормой, что оказывает давление на социальные речевые практики в целом. Приведем примеры:

«Дайте совет, что бы не облажаться» («Сексуальная революция», «ТДК», 7.08.15). Или *«Правительство заставит нас все схавать»* («Большинство», «НТВ», 22.04.16). Или *«Движуха началась, когда его там уже не было»* («Большинство», «НТВ», 22.04.16). Или *«Мне наплевать что подумают»* («Пусть говорят», «Первый канал», 14.09.15). Другой вариант *«...реально мою биографию изучил»* (Б.Надеждин, «Поединок», «Россия 1», 25.02.16). Или *«...человек, который демонстрирует супервоинственное настроение»* (С.Шаргунов, «Воскресный вечер с Соловьевым», «Россия 1», 24.04.16). Еще пример: *«...если они не могут находиться рядом, пускай тогда финалят отношения...»* («Дом-2. Город любви», «ТНТ», 5.03.2016).

Часто можно услышать с экрана такие прилагательные, как *очуметь, пофиг, офигенно, кашерно; пофоткаться, шарахаться, жрать, откинулся, облажался, схавал, тусовался, стебал, снямкал, отмочил и т.п.* Существительные: *пацан, рожка, эмведэшник, халява, движуха, отстой, вкусняшка, приколюха, бибика, мент, лох, деваха, морда лица.*

Заметным явлением стало также внедрение в медийный дискурс сетевой лексики, слов компьютерной тематики. **Лексика интернет-среды** отличается усилением экспрессивности, увеличением концентрации англицизмов, игнорированием литературных норм, орфографических, пунктуационных и стилистических правил: *жжот, оффшор, ржунимагу, мимишка, тролит, законнектился, смайл.* К примеру, формулировка «Аффтар жжот» стала названием части выпусков программы «Пусть говорят» на «Первом канале». Другой пример: *«...эта ситуация, которую создала действующая администрация ... сейчас зависла»* (Д.Куликов, «Воскресный вечер с Соловьевым», «Россия 1», 24.04.16). Или *«...мы уже несколько лет находимся в режиме ожидания»* («Большинство», «НТВ», 22.04.16).

Следует отметить и то, что речь героев телепрограмм перенасыщена **заимствованиями**, в основном из новообразований американской лексики: *отэсемесить* (послать сообщение по мобильному телефону), огромное количество заимствованных слов, связанных с тем, что в условиях глобализации в нашу жизнь вошло множество заимствованных слов, таких как *ню-лук, пиар, ангрейд, селфи, лизинг, прайс*. Например: «*Да это такие, лайтовые отношения, он сам еще никак не определится...*» («Дом-2.Город любви», «ТНТ», 5.03.2016). Или «*...Николай устроил мне романтик, это было неожиданно...*» («Дом-2.Город любви», «ТНТ», 5.03.2016).

Нередко употребление иностранных слов в телепрограммах происходит не к месту, из-за незнания их значения. Медиалингвисты с учетом влияния телевидения считают большой масштаб заимствований губительным для русской речи. И это несмотря на то, что в истории России подобное явление не раз наблюдалось, и русский язык всегда «переваривал» иностранные слова. Одновременно наблюдается и **возвращение** на телевидение **устаревших слов**: *бомонд, сударыня, товарищ* (правда, они используются с ироничным подтекстом), а также слов из религиозной лексики: *это не по-христиански* (оценка поступка), *молись за себя* (угроза), *идеальное топливо для ада* (оценка личности), *никто не святой* (оправдание).

Анализируя языковую ситуацию, можно говорить о том, что обсуждение на телеэкране утрачивает интеллектуальные функции, превращается в спектакль, в котором «гости в студии потеряли уважение к окружающим», так как им не просто «дозволено» использовать низкую лексику на ТВ, но и сама медиаиндустрия относит провокационные методы говорения к устоявшейся норме, вопреки тому, что телевидение является социальным институтом и должно повышать, а не снижать «планку» разговорной культуры каждого зрителя.

Медiateкст ток-шоу насыщен приемами экспрессивной стилистики. Стандартной практикой аналитических или информационных программ разговорного жанра стало появление выражений среди стилистически

нейтрального текста вроде – «мочить в сортире». Подобные «крепкие словечки» теперь прочно обосновались на телеэкране. Многие слова просто «вылезли наружу, ими стали пользоваться все»¹⁸⁴. Отметим, что именно образованные люди, осмысливая явления жизни в ироничном ключе, стали использовать сленговые слова публично, в виде некой языковой игры, тем самым легитимизировав эту лексику.

Таким образом, «оправдывая» влияние эмоций на человека, массмедиа перестали уделять внимание формированию «языкового вкуса» и речевой культуры телезрителя. Более того, демонстрация некоторых диалогов в СМИ не просто не развивает несформировавшийся языковой вкус молодой аудитории, но и способствует его деградации. Тем не менее, зрительской аудитории необходим доступный образец точности и грамотности устной речи. Об этом свидетельствуют данные многочисленных опросов, согласно которым телезрители голосуют за введение «культурной цензуры» на телевидении и с ностальгией вспоминают активно реализуемую просветительскую функцию советского телевидения.

За последние десятки лет язык ТВ вобрал в себя все возможные источники – от научной до нецензурной речи. Смена стилистической парадигмы невольно способствует снижению эффективности диалогического общения, главным свойством которого является, по Бахтину, взаимопонимание. Налицо стилистическая мешанина (в отличие от советского ТВ, где публицистический и разговорный языковые стили почти не пересекались). Согласно замечанию лингвиста К. Кнорре-Дмитриевой: «подобно тому, как стали скупать вещи, одежду, посуду, мебель, потащили в язык все яркое, красивое и броское – все, что помогало нашей эмоциональности, экспрессивности»¹⁸⁵. Подобное смешение стилей стало прогрессировать с приходом на ТВ устной демократизированной речи и

¹⁸⁴ Дубровина М.В 90-е перестали стесняться неграмотности. //Лента.ру 26.03.2016 URL: <https://m.lenta.ru/articles/2016/03/26/language/> (дата обращения 26.05.2016).

¹⁸⁵ Цит. Дубровина М.В 90-е перестали стесняться неграмотности. //Лента.ру 26.03.2016 URL: <https://m.lenta.ru/articles/2016/03/26/language/> (дата обращения 26.05.2016).

привело к тому, что, говоря словами медиалингвистов, «обломки языкового хаоса»¹⁸⁶ сложились в новый тип медиатекста, культурная составляющая которого носит ярко выраженный неформальный характер. В связи с этим из Интернета в официальные СМИ перекочевал термин «информальная журналистика» (от лат. *informais* – неформальный), которому уже сформулировано и определение – «самодеятельное неорганизованное творчество непрофессиональных авторов по созданию информационного продукта...».

Важно учитывать и растущую конкуренцию ТВ с интернет-СМИ, в рамках которой эфирное телевидение, хоть и сохраняет лидерские позиции, но находится в переходном периоде, определяемого как точка бифуркации, что выявляет назревание необходимости в выборе новой концепции программной продукции, где будут учтены подход к качеству контента и его просветительская функция, включая роль адаптации культуры речи. Однако телевидение по-прежнему является частью координат тотального коммуникативного пространства, где задействованы практически все культурные системы общества. Нельзя забывать, что современная телевизионная речь является важным фактором формирования и распространения норм русского литературного языка. Его развитие на современном историческом этапе происходит под влиянием речевых конструкций произведений экранной культуры, поскольку для языкового сознания общества именно она воплощает представления о литературной и стилистической норме тектообразования. Устоявшаяся стилистическая система выполняет не просто эстетическую функцию, она является способом наиболее экономной и точной передачи информации. Точность речи – это выбор слов, которые наилучшим образом выражают мысль. Неряшливость фразы ведет к неточности объяснения. Чтобы грамотно построить высказывание в соответствии с целью общения, необходимо подбирать в большей степени отвечающие этой цели речевые конструкции и слова.

¹⁸⁶ Там же.

Отметим, что один или несколько медийных текстов вряд ли окажут влияние на язык, культуру в целом, но бесчисленное количество грамматически и стилистически неправильно сконструированных речевых оборотов, служит формированию неграмотности и пренебрежительного отношения к культуре слова. В данном контексте актуально высказывание немецкого философа и культуролога Э.Кассирера¹⁸⁷, который, говоря о структурных и содержательных изменениях в культуре, тонко заметил: «нет отдельного акта говорения, который не повлиял бы как-нибудь на наш язык»¹⁸⁸.

Ошибок в устной речи, конечно, не избежать, такое прогнозирование неизбежно в связи с доминированием в медиатекстах телепрограмм разговорного жанра – *интервью, беседа, круглый стол, ток-шоу*, построенных на речи спонтанной. Но высокий уровень речевой культуры должен быть предметом постоянной заботы создателей медиапродукта, необходима также и разумная мера контроля. В каком бы контексте не рассматривались поиски экзистенциальной свободы с учетом того, что в результате динамичного технологического развития изменяются принципы структурирования информации и увеличивается иррациональность медийного дискурса, общественным институтам важно учитывать процессы социализации личности, где адаптация языковых норм ведет к осознанию духовно-интеллектуальных ценностей. Китч-культура увеличивает степень маргинализации общества. В отличие от материальной продукции, некачественный экранный продукт не подлежит возврату, и потребитель расплачивается за издержки своим свободным временем, а общество когнитивным диссонансом.

В связи с большим количеством речевых ошибок в телеэфире назрела острая необходимость повышения требований к культуре русской речи. Инновационная коммуникативная медиасреда как опосредующая субстанция,

¹⁸⁷ Кассирер Э. Философия символических форм. Язык. Том 1. Университетская книга. – М–Санкт-Петербург, 2002//URL.: http://yanko.lib.ru/books/philosoph/kassirer-phil_simv_form-1-8l.pdf (дата обращения: 27.05.2016).

¹⁸⁸ Цит. по: Миронова Т.А. Деструкция диалога в современном медиaprостранстве. [Электронный ресурс]URL: <http://bo0k.net/index.php?p=chapter&bid=1458&chapter=1> (дата обращения 27.05.2016).

осуществляющая диалогическую функцию в значительной доле процессов современной социальной коммуникации и служащая системой производства социальных смыслов, являет собой ту почву, на основе которой происходит трансформация языка коммуникаций.

Если перед нынешними создателями медиаконтента неизбежно встает задача корректировки вещательной стратегии, то у телезрителя назрела необходимость выработки навыков распознавания и защиты от языковой неграмотности, в частности, научиться критично оценивать информацию, уметь определять достоверность фактов, аргументированность высказываний, анализировать фальсифицированные и пропагандистские данные. Важно также, с учетом понимания массовизации прецедентов пренебрежительного отношения к русскому языку на отечественном ТВ и масштаба влияния этого наиболее распространенного средства экранной культуры на внутренний мир личности, уделять особо пристальное внимание к текстопорождению. Этому способствует становление новых нормативно-правовых основ, служащих формированию постиндустриального общества, по Д.Беллу, и нового типа личности – «многомерного человека», что напрямую обращено к потребности создания форм национального информационного продукта, учитывающих богатство и выразительность русского языка.

Правильная речь – основа функционирования журналистики, и решать данную проблему следует согласно принципу «не навреди». В связи с этим возникает необходимость пересмотра теоретических основ и практических методов журналистской деятельности, функционирующих на принципе привлечения аудитории. Базисом таких преобразований является сам журналист – создатель мультимедийного продукта. Например, изначальная ориентация на выявление не низких, а духовно-интеллектуальных особенностей личности должна быть заложена в формировании концепции любой программы разговорного жанра, показываемой в эфире. Необходима также и нравственная мотивация создателей телепрограмм, что предполагает,

в первую очередь, смену стереотипного профессионального мышления на прогрессивное, позволяющее осознать культурную миссию телевидения. Углубляясь в проблему взаимодействия СМИ и аудитории, отметим, что обеспечение эффективной взаимосвязи по всем аспектам модели взаимодействия «экран-зритель» возможно лишь с признанием приоритета диалогичности как знакового признака экранной культуры, основные характеристики которого отражены в Таблице № 9.

Таблица № 9

Основные характеристики понятия «диалогичность».

характеристика	функция в процессе диалогических отношений
«направленность»	потребность в обмене смыслами с другим человеком
объектность	открытость для другого для коммуницирования, как способность к отношению
активность	процесс адресования сообщения
субъектность	процесс принятия сообщения
процессуальность	соблюдение очередности при обмене смыслами
знаковость	процесс создания и интерпретации сообщений с помощью вербальных и невербальных символов
избирательность	сознательный отбор адресанта в выборе каналов передачи сообщения, его формата и деталей
фильтрация	психическая активность обеспечивающая принятие лишь субъективно значимых сведений
«слышание»	принятие вторжения в мыслительный процесс другого индивида
форматность	включение в процесс передачи и интерпретации сообщения системы идентификационных признаков

Продолжение Таблицы № 9

эмпатия	эмоциональное раздражение, способность сопереживать, т.е. коммуницирование связанное с эмоционально-чувственной природой человеческого восприятия
оценочность	маркирование одобряемого и отвергаемого специальными языковыми средствами
полемичность	психо-эмоциональное явление, выраженное в соотношении себя с другими людьми, сопоставление различных точек зрения
аргументация	логическое речевое выстраивание системы тезисов, с целью доказать верность своей позиции
несказанное	«смысловой айсберг»-подтекст, который индетифицируется на основе личностного опыта адресата
единая смысловая среда	Бесконечный совместный процесс конструирования и трансформации смыслов
динамичность и вариативность смыслов	многоуровневая и многоструктурная система связей постоянно трансформирующая под влиянием смены ситуации, социального опыта и окружения
смысловая связь	непрекращающаяся корректировка участников коммуникации своих действий и целей относительно ситуации
интерактивность	возможность взаимодействия индивидов с использованием порожденных НТР средств связи

На основе проведенного анализа, сформулировать определение данного признака можно следующим образом:

Диалогичность, с ее вербальными и невербальными характеристиками, является неотъемлемым свойством устной публичной речи индивида, и в этом качестве выступает как персонализированный признак коммуникативности субъекта диалога, представленного в телепрограммах разговорного жанра и продуктах экранной культуры в целом. Данный коммуникативный признак увеличивает степень эффективности диалогического процесса на экране и представляет собой особую смыслообразующую и техногенную форму социальной интеграции, предопределяемую потенциальными запросами и потребностями общества, расширяя при этом социальные коммуникации до уровня национального медиaprостранства.

Подытоживая диссертационное исследование, можно заключить, что и телепрограммы разговорного жанра и иные продукты экранной культуры, создаваемые массмедиа, вполне способны оказывать позитивное воздействие на зрительскую аудиторию, общество в целом не только в плане совершенствования публичных речевых практик и использования грамотного русского языка в диалоге на экране, но и способствовать духовно-интеллектуальному развитию населения страны. Однако, данная задача может быть реализована лишь при условии выполнения такой долгосрочной целевой программы федерального значения, как «Культура речи», обязательной для российских электронных средств массовой информации, в рамках которой оценку получит и экранная культура как культура будущего.

Краткие выводы:

- Конкурентоспособность телепрограмм разговорного жанра определяется фактором предпочтений зрителя, зависящих от умения создателей построить эффективное диалогическое взаимодействие с аудиторией. Производство медиасообщений, до определенного времени, укладывалось в исторически сложившиеся модели подачи информации – жанры, с целью расширить охват зрительской аудитории. Постмодернизм стимулировал их смешение в рамках одной передачи, и результатом такой

эклектики стало появление ток-шоу, которое обладает максимальными показателями степени включенности индивида в систему общественных отношений.

- В ток-шоу в наибольшей степени воплощаются интерактивные возможности полемического диалога, который способен процветать только в демократических условиях, когда можно публично выразить свое мнение, что открывает широкие горизонты для познания, а также служит способом коллективного выявления социальных проблем и вариантов их решения. Посредством диалога в ток-шоу любая информация является не просто транслируемой, а соотносится в ходе полемики со смыслами всех участников коммуникативного взаимодействия.

- Несмотря на количественные показатели ток-шоу, это максимально персонифицированная экранная форма, где личность телеведущего задает нравственные и интеллектуальные рамки диалогического общения, которое формирует особую психологическую атмосферу в студии.

- Обилие грамматических, лексических, орфоэпических и прочих ошибок, как показывает анализ медиатекстов популярных ток-шоу, свидетельствует о том, что диалог на экране в значительной степени утратил интеллектуальные функции. Соответствие культурным нормам употребления разговорной речи в телевизионном ток-шоу не является приоритетом для его создателей. Публичное обсуждение проблем все более походит на сугубо повседневную коммуникацию, присущую обывательским слоям населения. В то же время, зрительская аудитория нуждается в формировании языкового вкуса и навыка грамотного использования лексических единиц русского языка. В связи с этим назрела острая необходимость повышения требований к медиаречи в телепрограммах. Базисом для этого должна служить нравственная мотивация создателей медиаконтента, понимание ими культурно-просветительской миссии телевидения.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В современном обществе, развивающемся в русле ведущей тенденции плюрализма мнений, интерес к идее диалога заметно возрос. В связи с этим социум нуждается в философско-методологическом расширении смысла «диалога» и методологической характеристике тех его форм, которые приемлет современный контекст информационного общества. В данном диссертационном исследовании рассмотрена диалоговая форма социальной коммуникации в широком смысле – как способ организации совместной жизни людей, нацеленный на поиск позитивного развития путем *взаимопринятия разных точек зрения и суждений*.

С древнейших времен диалог служил универсальным средством не просто обмена смыслами, но *взаимопонимания и самосовершенствования* индивидов, а также их *сосуществования* в социальном пространстве. Диалог – это не сознательно созданный человечеством способ общения, а *культурный код* субъект-субъектного взаимодействия, сложившийся в результате эволюционных процессов. Традиционно диалог используется как универсальное средство для реализации целей и потребностей каждого индивида.

Понятие «диалогичность» опирается на древнюю традицию идеи диалога, которая в эпоху Античности развивалась посредством риторики и диалектики, обогащалась новыми значениями во времена Средневековья и в период Нового времени. Накопив богатый опыт и пройдя из века в век через множество оценок разных философских школ, идея диалога и диалогичность как важный признак коммуникативности межличностного общения стали важнейшей категорией философского направления в XX веке, заняв одно из центральных мест в разных научных концепциях в качестве смыслообразующего начала развития цивилизации. В целом дальнейшее развитие диалогических отношений зависит от умения эффективно коммуницировать как в области международной и межнациональной политики, так и в сфере социальных отношений.

В XXI веке универсальным инструментарием развития диалоговых практик становится продукция экранной культуры, представленная в электронных средствах массовой коммуникации. При этом важнейшим каналом массовой коммуникации остается телевидение, диалогическая специфика которого позволяет выступать этому медийному средству мощным катализатором диалога.

В гипотезе данного исследования исходной точкой является то, что в основе всех способов телевизионной репрезентации лежат закономерности межличностного общения и социальной коммуникации. Сравнительный анализ экранного взаимодействия с практикой межличностного диалога показал, что коммуникативный акт, получающий адаптацию в различных, в основном телевизионных, формах экранной культуры, начинается задолго до непосредственного контакта зрителя с экраном. Так, до начала подачи медиамесседжа, при конструировании экранного образа, адресантами (работники телевидения) осуществляется обработка информации, которая включает обязательный отбор множества фактов, деталей, последовательность их изложения, выбор форм представления на экране. В рамках исследования было выявлено, что и для адресата, то есть зрителя, потребление экранных образов не является пассивным процессом, так как транслируемые образы, синтезируясь с концептуальной системой миропонимания индивида, основанной на жизненном опыте каждого отдельно взятого медиапользователя, обрастают новыми смыслами. При просмотре телепрограмм между адресантом и адресатом неизбежно формируется некая диалогическая среда, в рамках которой происходит обмен смыслами, лексическими символами и знаками, возникают предсказуемые и непредсказуемые реакции.

Диалогическая специфика ТВ превращает трансляцию аудиовизуального образа в специфический диалог зрителя с экраном. Возникает телевизионное общение, через которое в процессе декодирования информации осуществляется процесс социализации личности, а также

расставляются ценностные приоритеты, высказываемые лидерами мнений и воспринимаемые обществом, которые затем вновь находят воплощение в экранных репрезентациях и медиасообщениях, возвращаясь затем к медиапотребителю, что реализует замкнутый процесс диалогических отношений в рамках экранной культуры.

Образуемое дискурсивное пространство идентифицируется как медиатекст – некое поле смысловых связей, которые представлены многоуровневой структурой. При этом такие диалогические принципы телевизионного общения, как *симультанность*, *интерактивность*, *антропоцентризм*, *персонификация* и другие обеспечивают вовлечение в диалог все большее количество участников. Набирающая обороты динамика данного процесса катализируется именно за счет диалогических принципов, отвечающих за эффективность коммуникации, показателем которой служит степень включенности индивида посредством медиа в циклическую систему расширяющихся диалогических отношений. Но если на начальном этапе коммуникативное взаимодействие протекает по простой схеме «медиамеседж» – «транслятор» – «аудитория», то на последующем этапе, с учетом активизации процесса обратной связи, диалогические отношения выстраиваются по более сложной схеме – «аудитория»–«анализ привлекательности продукта» (замер рейтинга, активности при голосовании, отзывов в соцсетях) – «медиамеседж».

В результате развития экранной культуры обмен информацией упростился, но полемичность этого мира возросла и продолжает расти. Однако, несмотря на набирающий темпы процесс глобализации, возможно говорить пока лишь о диалоге цивилизаций, формирующемся скорее по формальным признакам, но не о процессе «*цивилизации диалога*», который философы, культурологи, социологи, медиалингвисты рассматривают, как единственно возможную модель оптимального мироустройства для населения всей планеты.

В то же время, в связи с нарастающим ускорением ритма жизни, требующего быстрого, практически мгновенного обмена информацией, экранную коммуникацию следует рассматривать в качестве катализатора социальной интеграции, где диалогичность как основополагающий признак коммуникативности выходит на приоритетное место. Человек, способный к такому глобальному диалогу, видимо, уже формируется под влиянием новых условий и технико-культурных возможностей, стремясь к расширению своего социального опыта, познанию окружающей среды в цифровую эпоху. Добавим к этому, что и общество потребления выстраивает повсеместную интерактивную связь, влияя тем самым на совершенствование сложной коммуникативной системы, которая обращена к разным областям повседневной жизни индивида как представителю определенной гендерной группы, семьянину, представителю профессии, гражданину и т.д. Таким образом, можно констатировать, что в информационном обществе экранная культура начинает занимать приоритетное место в развитии народов и наций, так как, продолжая развиваться, она глубоко социализирована и охватывает практически все стороны общественных отношений, воздействуя на ментальность людей.

Выводы и обоснования, полученные в диссертационном исследовании, посвященном анализу телепрограмм разговорного жанра и их диалогичности в историческом срезе с середины 1960-х гг. XX века и до телепрограмм, наполняющих современный эфир, позволяют говорить о том, что жанр ток-шоу с его широкими диалогическими возможностями становится знаковым экранным феноменом в информационное время. Их знаковость особенно проявляется, когда журналистам сложно давать оценку разного рода событиям, явлениям и брать на себя ответственность за суждения по политическим и социально-экономическим проблемам. Как показало исследование, в современном отечественном телеэфире программ в жанре ток-шоу множество. Отметим, что именно этот жанр в тележурналистике наиболее наглядно и достоверно отражает характер

плюрализма мнений в обществе по разным вопросам бытия, а также характеризует субъективное отношение индивида к ситуации или явлению.

Подчеркнем, что и структура таких программ, и смысловое их наполнение, и подбор героев, а также ведущих работают на идею формирования неопределенности результатов обсуждаемой проблемы и в немалой степени на вариативность путей ее решения. В такой дискуссии неизменно присутствуют элементы игры и некая незавершенность, принуждающая аудиторию к самостоятельному осмыслению, домысливанию. Особая ценность полемического диалога ток-шоу состоит в том, что новые смыслы рождаются непосредственно на глазах зрителей, в процессе дискуссии, это волнует аудиторию, ощущающую себя участником диалога, вовлекает ее в экранное действие, подкупая естественностью мизансцен и искренностью реакций говорящих, а также интригует непредсказуемостью исхода. Становится очевидным, что для homo informaticus «живой» диалог и сам *процесс обсуждения* гораздо важнее, нежели «рафинированные» интерпретации событий, так как зритель, вглядываясь в Другого, мгновенно получает необходимый социальный опыт.

Однако, в результате проведения исследования было выявлено существенное противоречие. Если, с одной стороны, в информационном обществе диалогичность продуктов экранной культуры, прежде всего телевизионных, служит оптимальным механизмом передачи информации и освоения личностью форм социального взаимодействия, а также способом познания мира, когда экран, обретая функции социального просвещения, активно участвует в процессе формирования культурного пространства в новых условиях и всестороннего взаимодействия индивидов на общем информационном поле, что можно оценить как позитивный процесс в развитии экранной культуры, то с другой стороны, несмотря на очевидные преимущества техногенного мира и развитие медиaproстранства, актуализируется при помещении индивидуума в экранную среду множество новых проблем, которые затрагивают различные аспекты социальных

отношений. Это и вторжение в личное пространство, и недостоверное изложение информации, и медиавойны, и размывание стандартов моральных и поведенческих норм.

При оценке качества транслируемых телепрограмм и проведении сравнительного анализа телепрограмм ток-шоу, показанных на разных временных этапах в истории отечественного телевидения, становится очевидным, что *ценностные категории и духовно-нравственные ориентиры*, популяризируемые в национальном медиапространстве, необходимы социуму в цифровое время, как никогда ранее. Культивирование конфликтов и насилия, осуждения, осмеяния, популяризация нелитературных лексических форм и смыслов – от всего этого набора негативных характеристик экранной продукции, растиражированных отечественными ток-шоу и обуславливающих их однотипность, необходимо отказаться. Современность предъявляет все более и более строгие правила к качеству телепрограмм, где образование смыслов и грамотное использование речевых оборотов, лексических единиц русского языка выходят на первое место. Кризис старых форматов и поиск новой вещательной парадигмы свидетельствуют о том, что цифровая медийная среда нуждается в творчески оригинальном, а главное, в ценностно-ориентированном функциональном контенте, наполненном глубокими смыслами. Чтобы сохранить позиции лидерства на медиарынке, создатели телевизионного продукта должны выстроить наиболее адекватную вещательную стратегию, сделав ставку на увеличение степени сцепления взаимоотношений между медиа и массовой аудиторией. При этом медиапродукт, обладающий наиболее высоким качеством при отображении «живой» реальности, должен соответствовать «принципу диалогичности» и отличаться более точным соотношением представлений автора телепрограммы о содержании, выразительности, формообразовании и иных выразительных признаков с запросами аудитории.

Выстраивать телевизионный диалог в соответствии с «принципом диалогичности» – это означает обеспечить такую модерацию диалога, при

которой результатом встречи участников дискуссии в телевизионной студии появляется возможность у говорящих, обладающих самостоятельностью и субъективностью суждений, донести свою точку зрения до других без нарушения морально-этических норм межличностного общения. Тележурналистика способна и должна создавать среду для равноправного диалога, вовлекая в него различные социальные группы, становясь одновременно центром эталонности публичных диалогических практик, использования литературных норм русского языка. Это именно та функция, что изначально присуща телевидению, которая сможет эффективно развиваться лишь на позициях прагматически разумного *публичного* диалога, переводя конфликт в консенсус мнений при одновременном выявлении насущной проблемы, подлежащей решению. Таким образом, подводя итоги вышесказанного, можно утверждать: принцип диалогичности, присущий продуктам экранной культуры, позволяет и телевидению, и другим средствам экранной коммуникации превратиться на этапе адаптации в цифровой среде в незаменимый информационный ресурс, востребованный различными социальными группами, слоями, субкультурами.

БИБЛИОГРАФИЯ

Монографии, учебные пособия:

1. *Аверинцев С.С.* Риторика и истоки европейской литературной традиции. – М.: Школа «Языки русской культуры», 1996. – 448 с.
2. *Адорно В. Т.* Эстетическая теория. М.: Республика, 2001. – 527 с.
3. *Акопян К.З.* Массовая культура: учебное пособие. – М.: Альфа-М; ИНФРА-М, 2004. – 304 с.
4. *Антоновский А.Ю.* Социоэпистемология: О пространственно-временных и личностно-коллективных измерениях общества. – М.: «Канон», РООИ «Реабилитация», 2011. – 400 с.
5. *Арнхейм Р.* Искусство и визуальное восприятие. – М.: «Прогресс», 1974. – 386 с.
6. *Бахтин М.М.* Собрание сочинений. Т1. Философская эстетика 1920-х годов. – М.: «Русские словари», «Языки славянской культуры», 2003. – 955 с.
7. *Бахтин М.М.* Собрание сочинений. Т2. «Проблемы творчества Достоевского», 1929. Статьи о Л.Толстом, 1929. Записи курса лекций по истории русской литературы, 1922-1927. – М.: «Русские словари», 2000. – 799 с.
8. *Бахтин М.М.* Эстетика словесного творчества. – М.: Художественная литература, 1979. – 412 с.
9. *Библер В.С.* Школа диалога культур: Идеи. Опыт. Проблемы. – Кемерово: «АЛЕФ» Гуманитарный Центр, 1993. – 416 с.
10. *Блауберг И.И.* Поль Рикер-философ диалога. – М.: ИФРАН, 2008. – 143 с.
11. *Богомолов А.С., Гайденко П.П., Давыдов Ю.Н.* Идеалистическая диалектика в XX столетии: (Критика мировоззренческих основ немарксистской диалектики). – М.: Политиздат, 1987. – 333 с.

12. *Бодалев А.А.* Психология общения. Энциклопедический словарь. – М.: «Когито-Центр», 2011. – 600 с.
13. *Бодрийяр Ж.* Общество потребления. – М.: Республика: 2006. – 171 с.
14. *Борецкий Р.А.* Беседы об истории телевидения. – М.: ЗАО «Издательство ИКАР», 2011. – 178 с.
15. *Бубер М.* Два образа веры. – М.: Республика, 1995. – 464 с.
16. *Буданцев Ю.П.* Экранный образ. – М.: МГИМО, 1993. – 118 с.
17. *Бурдые П.* О телевидении и журналистике. – М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», Институт экспериментальной социологии, 2002. – 159 с.
18. *Ван Дейк Т.А.* Язык. Познание. Коммуникация. – Б.: БГК им.И.А. Бодуэна де Куртунэ, 2000. – 308 с.
19. *Вартанова Е. Л.* Телевидение в России. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад. – М.: МГУ им.Ломоносова. – М.: 2011. – 102 с.
20. *Василик М.А.* Основы теории коммуникации. – М.: Гордарики, 2002. – 615 с.
21. *Васильев М.И.* Введение в культурную антропологию. – Великий Новгород : НовГУ им.Ярослава Мудрого, 2002. – 156 с.
22. *Вертов Д.* Статьи. Дневники. Замыслы. – М.: Искусство, 1966. – 320 с.
23. *Винокур Т.Д.* Говорящий и слушающий. Варианты речевого поведения. – М.: Наука, 1993. – 172 с.
24. *Гадамер Г.-Г.* Диалектическая этика Платона (феноменологическая интерпретация «Филеба»). – СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2000. – 256 с.
25. *Гегелова Н.С.* Культурная миссия телевидения: Монография. – М.: РУДН, 2011. – 263 с.
26. *Голикова Л.В.* Проблема человека в неклассической философии. Хрестоматия по философии. Магнитогорск: МГТУ, 2006. – 192 с.

27. *Грицанов А.А.* История философии: Энциклопедия. – Минск.: Интерпрессервис; Книжный дом. 2002. – 1376 с.
28. *Дебор Г.* Общество спектакля. – М.: Логос, 2000. – 184 с.
29. *Деррида Ж.* Голос и феномен и другие работы под знаком теории Гуссерля. – СПб: Издательство «АЛЕТЕЙЯ», 1999. – 208 с.
30. *Дзялошинский И.М.* Медиапространство России: коммуникационные стратегии социальных институтов. Монография. – М.: Издательство АПК и ППРО, 2013. – 479 с.
31. *Джохадзе И.* Неопрагматизм Ричарда Рорти. – М.: Эдиториал УРСС, 2001. – 256 с.
32. *Дмитриев Л.А.* Закон характера. Психология творческой деятельности и личность. — М.: 2007. — 90 с.
33. *Дмитриев Л.А.* Искусство информации. Ч.1. — М., 1996. — 99 с.
Дмитриев Л.А. Искусство публицистики. — М. 2007. — 84 с.
34. *Дугин А.Г.* Социология воображения. Введение в структурную социологию. – М.: Академический Проект; Трикста, 2010. – 564 с.
35. *Дугин Е.Я.* Создание смыслов в электронную эру: Методология и техника новых знаний и образов в массовой коммуникации и PR. – М., 2005. – 296 с.
36. *Ильин И.П.* Постструктурализм. Деконструктивизм. Постмодернизм. М:Интрада, 1996. – 220 с.
37. *Ильченко С.Н.* Система жанров отечественного телевидения и ее трансформация в условиях глобализации информационного пространства. Ч.1. – М., 2012. – 73 с.
38. *Ильченко С.Н.* Система жанров отечественного телевидения и ее трансформация в условиях глобализации информационного пространства. Ч.2. – М., 2012. – 79 с.
39. *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура. – М., 2000. – 606 с.

40. *Калмыков А.А.* Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ. – М., 2009. – 82 с.
41. *Клименко А.В., Румынина В.В.* Обществознание. – М.:Дрофа, 2006. – 507 с.
42. *Клюев Е.В.* Речевая коммуникация. Успешность речевого взаимодействия. – М.:РИПОЛ КЛАССИК, 2002. – 320 с.
43. *Котов Р.Г.* Оптимизация речевого воздействия. – М.:Наука,1990. – 240 с.
44. *Кохановская Т.И.* Философия: Учебное пособие для высших учебных заведений. – Ростов н/Д: «Феникс», 2004. – 576 с.
45. *Красных В.В.* Основы психолингвистики и теории коммуникации. – М.: «Гнозис», 2001. – 270 с.
46. *Красных В.В.* «Свой» «среди чужих»: миф или реальность? – М.: ИТДГК: «Гнозис», 2003. – 375 с.
47. *Кривошеев М.И.* Международная стандартизация цифрового телевизионного вещания. – М.: Научно-исследовательский институт радио (НИИР), 2006. – 928 с.
48. *Кириллова Н.Б.* Медиакультура: от модерна к постмодерну. – М.: Академический проект, 2005. – 448 с.
49. *Кузык Б.Н., Яковец Ю.В.* Цивилизации: теория, история, диалог, будущее. Т.V: Цивилизации: прошлое и будущее. – М.: Институт экономических стратегий, 2008. – 576 с.
50. *Кули Ч.* Человеческая природа и социальный порядок. – М.: Идея-Пресс, Дом интеллектуальной книги, 2000. – 320 с.
51. *Лагута О.Н.* Стилистика. Культура речи. Теория речевой коммуникации: Учебный словарь терминов. – Новосибирск: Новосибирский государственный университет, 2000.Ч.2. – 147 с.
52. *Левинас Э.* Избранное: Трудная свобода. – М.: Российская политическая энциклопедия, 2004. – 752 с.

53. *Леонтьев А.Н.* Потребности, мотивы и эмоции. – М.: Изд-во Моск. Унта, 1971. – 40 с.
54. *Лифинцева Т.П.* Философия диалога Мартина Бубера. – М.:1999. –134 с.
55. *Лотман Ю., Цивьян Ю.* Диалог с экраном. – Таллин: «Александра», 1994. – 215 с.
56. *Лотман Ю.М.* Избранные статьи в трех томах. Т1. Статьи по семиотике и типологии культуры. – Таллин: «Александра», 1992. – 478 с.
57. *Лотман Ю.М.* История и типология русской культуры. – СПб: «Искусство-СПБ», 2002. – 768 с.
58. *Луман Н.* Медиа коммуникации. – М.:Логос, 2005. – 280 с.
59. *Маклюэн М.* Понимание медиа: внешние расширения человека. – М.: Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. – 464 с.
60. *Малащенко В.П.* Культура речи.-Ростов н/Д:Феникс,2001. – 448 с.
61. *Маньковская Н.Б.* Эстетика постмодернизма. – СПб.: Алетейя, 2000. – 347 с.
62. *Межуев В.М.* Идея культуры. Очерки по философии культуры. – М.: Прогресс-Традиция,2006. – 408 с.
63. *Муратов С.А.* Телевизионное общение в кадре и за кадром. – М.: Аспект Пресс,2007. – 202 с.
64. *Новикова А.А.* Современные телевизионные зрелища: истоки, формы и методы воздействия. – СПб: Алетейя, 2008. – 208 с.
65. *Павлова Т.А., Сандлер Л.Л.* Язык специальности: телевидение. Выпуск 2. Воронеж: Воронежский государственный университет, 2005. – 30 с.
66. *Падейский В.В.* Проектирование телепрограмм. – М.:Юнити–дана, 2004. – 238 с.
67. *Поберезникова Е.В.* Телевидение взаимодействия; Интерактивное поле общения. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 222 с.
68. *Поппер К.* Предположения и опровержения: Рост научного знания. – М.: ООО «Издательство АСТ»:ЗАО НПП «Ермак», 2004. – 638 с.

69. *Почепцов Г.* Теория коммуникаций. – М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер», 2001. – 656 с.
70. *Привалова Н.К.* Слабое звено больших стирок. Заметки о ценностных ориентациях некоторых современных телепрограмм. – М., 2002. – 36 с.
71. *Процикин Т.А.* Организация телевизионного ток-шоу. – М., 2006. – 73 с.
72. *Разлогов К.Э.* Новые аудиовизуальные технологии. – М.:Едиториал УРСС, 2005. – 480 с.
73. *Реале Дж., Антисери Д.* Западная философия от истоков до наших дней. Т.4.От романтизма до наших дней. – СПб: ТОО ТК «Петрополис», 1997. – 850 с.
74. *Рикер П.* Конфликт интерпритаций. Очерки о герменевтике. – М.:Академический Проект, 2008. – 695 с.
75. *Розов Б.С.* Телевидение. – М.:ГАСБУ,1997. – 50 с.
76. *Румянцева Т.Г., Грицанов А.А.* Современная западная философия. – Мн: – Минск, Интерпрессервис, 2009.– 1024 с.
77. *Саенкова Л.П.* Массовая культура: эволюция зрелищных форм. – Минск: БГУ, 2003. – 123 с.
78. *Саппак В.* Телевидение и мы: Четыре беседы. – М.: Аспект Пресс,2007. – 168 с.
79. *Сартр Ж.П.* Бытие и ничто. Опыт феноменологической онтологии. – М.:АСТ:АСТ МОСКВА, 2009. – 925 с.
80. *Сергеев А.Н, Сергеева А.В.* Аудиовизуальные технологии обучения.– Тула: Издательство ТГПУ им.Л.Н.Толстого, 2009. – 250 с.
81. *Скрипник К.Д.* Философия. Логика. Диалог. – Ростов н/Д.: Изд-во Рост. Ун-та, 1996. – 146 с.
82. *Соссюр Ф.де.* Заметки по общей лингвистике. – М.: Издательская группа «Прогресс», 2000. – 280 с.

83. Социокультурная роль российского ТВ в национальном информационном пространстве. Учебное пособие под редакцией С.Л.Уразовой. – М.: ИП Головкин Сергей Борисович, 2014. – 280 с.
84. *Тейяр де Шарден П.* Феномен человека; Сб. очерков и эссе. – М.: ООО «Издательство АСТ», 2002. – 553 с.
85. Телевидение глазами телезрителей//Аналитический центр «Видео-интернейшнл», 2011. – 72 с.
86. *Тепляшина А.Н.* Сатирические жанры современной публицистики. – СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского ун-та, 2000. – 95 с.
87. *Тоффлер Э.* Третья волна. – М.: Изд-во АСТ, 2004. – 781 с.
88. *Уразова С.Л.* От “зеркала Нарцисса” к экранной реальности. ТВ в контексте трансформаций цифрового времени. Монография/Литература по культуре и искусству. – М.: Изд-во “Русника”, 2013. – 392 с.
89. *Уэбстер Ф.* Теории информационного общества. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 400 с.
90. *Федотова Л.В.* Социология массовой коммуникации. – СПб.: Питер, 2003. – 400 с.
91. *Фукуяма Ф.* Наше постчеловеческое будущее: Последствия биотехнологической революции. – М.: АСТ: АСТ МОСКВА, 2008. – 349 с.
92. *Хабермас Ю.* Будущее человеческой природы. – М.: «Весь Мир», 2002. – 144 с.
93. *Хабермас Ю.* Техника и наука как «идеология». – М.: Праксис, 2007. – 208 с.
94. *Хейзинга Й.* Осень Средневековья. – М.: Айрисс-пресс, 2004. – 544 с.
95. *Цвик В.Л.* Телевизионная журналистика. – М.: Юнити Дана, 2009. – 495 с.
96. *Черепанова Е.С.* Философия конфликта. – Екатеринбург: 2007. – 171 с.
97. *Черных А.И.* Социология массовых коммуникаций. – М.: Изд.дом ГУ ВШЭ, 2008. – 451 с.

98. *Шеннон К.Э.* Работы по теории информации и кибернетике. – М.: Издательство иностранной литературы, 1963. – 832 с.
99. *Шкуратов В.А.* Искусство экономной смерти. Сотворение видеомира. – Ростов н/Д, 2006. – 400 с.
100. *Шуман А.Н.* Трансцендентальная философия. – Мн.: Экономпресс, 2002. – 416 с.
101. Шюре Э. Великие посвященные: очерк эзотеризма религий (Орфей, Пифагор, Платон, Иисус). – СПб.:Издательская Группа «Азбука-классика», 2009. – 352 с.
102. *Щелкунова Е.С.* Публицистический текст в системе массовой коммуникации. – Воронеж: «Родная речь», 2004. – 194 с.

Статьи и сборники статей:

103. *Белл Д.* Социальные рамки информационного общества // Новая технократическая волна на Западе. – М.: Прогресс, 1986. С.330-342.
104. *Берковский М.М.* <Рец.на кн.:> Проблемы творчества Достоевского.// М.М.Бахтин: pro etcontra. Личность и творчество М.М.Бахтина в оценке русской и мировой гуманитарной мысли.Т.1. – СПб: Изд.Русского Христианского гуманитарного института, 2001.С.185-187.
105. *Бонецкая Н.К.* Бахтин в 20-е годы. //М.М.Бахтин: pro etcontra.Творчество и наследие М.М.Бахтина в контексте мировой культуры.Т.2. – СПб: Изд.Русского Христианского гуманитарного института, 2001.С.132-201.
106. *Воскобойников А.Э.* Монолог о диалоге. //Знание.Умение.Понимание/ 2001, №6. С.40-60
107. *Галанова О.Е.* «Коммуникативный жанр» как методологический концепт изучения форм социального взаимодействия.//Социология массовых коммуникаций, 2010. С.80-86.
108. *Гегелова Н.С.* Особенности современной телевизионной речи//Вестник ВГИК, 2011, №8.С.121-132.

109. *Гелен А.* О систематики антропологии//Проблема человека в западной философии.– М.: Прогресс,1988.152-202.
110. *Гоготшивили Л.А.* Варианты и инварианты общения.//М.М.Бахтин: pro etcontra.Творчество и наследие М.М.Бахтина в контексте мировой культуры.Т.2. – СПб: Изд.Русского Христианского гуманитарного института, 2001.С.98-131.
111. *Грякалов А.А.* Третий и философия Встречи.//М.М.Бахтин: pro etcontra.Творчество и наследие М.М.Бахтина в контексте мировой культуры.Т.2. – СПб: Изд.Русского Христианского гуманитарного института, 2001.С.326-347.
112. *Демидов А. Б.* «Другой» М. Тойниссена // Топос, 2000, № 1 (4).С.140-154
113. *Дзялошинский И.М.* Российское телевидение: противостояние матриц.//Вестник ВГИК, №8, 2011.С.108-130.
114. *Зиновьев И.В.* Теория субъект-объектных отношений А.И.Введенского: от Канта к диалогизму//Вестник Университета Российской Академии образования, 2008, №3 (41). С.10-12.
115. *Иванчук И.А.* Риторическая категория разговорность в публичной речи носителей элитарного типа речевой культуры: ее специфика и функции.//Вестник Томского государственного педагогического университета,2004, №1. С.5-11
116. *Исупов К.Г.* Уроки М.М. Бахтина. //М.М.Бахтин: pro etcontra.Личность и творчество М.М.Бахтина в оценке русской и мировой гуманитарной мысли.Т.1. – СПб: Изд.Русского Христианского гуманитарного института, 2001.С.3-44.
117. *Кларк К., Холквист М.* «Архитектоника ответственности».//М.М.Бахтин: pro etcontra.Творчество и наследие М.М.Бахтина в контексте мировой культуры.Т.2. – СПб: Изд.Русского Христианского гуманитарного института, 2001. С.38-71.

118. *Кассирер Э.* Опыт о человеке: введение в философию человеческой культуры. //Проблема человека в западной философии. – М.: Прогресс,1988. С. 3-31.
119. *Колодина И.А.* Интертекстуальное обоснование трансцендентальности гуманитарного знания//FUNDAMENTALRESEARCH №3, 2012.С.158-162.
120. *Кристева Ю.* Бахтин, слово, диалог и роман.// Французская семиотика: От структурализма к постструктурализму. – М.: ИГ Прогресс, 2000. С. 427-457.
121. *Левада Ю.А.* Человек, толпа и масса в общественном мнении. //Экономические и социальные перемены. Мониторинг общественного мнения. Информационный бюллетень 1997. № 5. С.225-226.
122. *Махлин В.Л.* В зеркале неабсолютного сочувствия.//М.М.Бахтин: pro et contra.Творчество и наследие М.М.Бахтина в контексте мировой культуры.Т.2. – СПб: Изд.Русского Христианского гуманитарного института, 2001.С.304-326.
123. *Маритен Ж.* Краткий очерк о существовании и существующем.//Проблема человека в западной философии. – М.: Прогресс,1988. С.229-261.
124. Межкультурный и межрелигиозный диалог в целях устойчивого развития: Материалы международной конференции. Москва, Российская академия государственной службы при Президенте Российской Федерации, 13-16 сентября 2007 года/ под. ред. Егорова В.К.-М.: Изд-во РАГС, 2008.-848 с.
125. *Микешина Л.А.* Значение идей Бахтина для современной эпистемологии.// Философия науки. Вып. 5: Философия науки в поисках новых путей. – М.: ИФ РАН, 1999.С.205-224.
126. *Митри Ж.* Визуальные структуры и семиология фильма.//Строение фильма. Сборник статей. М.: «Радуга»,1985.С.32-68

127. «Мы должны узнавать в обратных направлениях...» Стенограмма докторской защиты В.Л.Махлина//Диалог. Карнавал. Хронотоп, №2, 1998.С.137-192.
128. Национальная философия в контексте современных глобальных процессов: материалы международной научно-практической конференции, 16-17 декабря 2010 г/ Под ред. Лазаревич А.А.; Нац.акад.наук Беларуси, Ин-т философии. – Минск: Право и экономика, 2011. – 726 с.
129. *Огнев К.К.* Кино и ТВ между вымыслом и реальностью.//Экранная культура в XXI веке. – М.:ФГОУ ИПК работников ТВ и РВ.:2010.С.48-70.
130. *Огурчиков П.К.* Экранная культура как новая мифология (на примере кино). Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора культурологии. – М.:2008. – 36 с.
131. *Огурчиков П.К.* Традиции и проблемы экранной культуры в контексте современного коммуникативного пространства// Вестник Удмуртского университета// Философия. Психология. Педагогика. 2010, Вып 1. С.20-41
132. *Пазолини П.П.* Поэтическое кино.// Строение фильма. Сборник статей. М.: «Радуга»,1985.С.44-66.
133. *Плеснер Х.* Ступени органического и человек.//Проблема человека в западной философии. – М.: Прогресс,1988.С.96-152.
134. *Разлогов К.Э.* «Язык кино» и строение фильма.//Строение фильма. Сборник статей. – М.: «Радуга»,1985. С.5-24.
135. *Ромендик Д.* Роман с Нью-Йорком.//STORY, 2012, №11. С.60- 64.
136. *Сальтини В.* О мнимой иррациональности кинематографического языка.//Строение фильма. Сборник статей. М.: «Радуга»,1985.С.66-78.
137. *Сартр Ж.П.* Первичное отношение к другому: любовь, язык, мазохизм.//Проблема человека в западной философии. – М.: Прогресс,1988. С.207-229.

138. *Сержантова И.Б.* Межкультурный диалог, медиакultura и современная социокультурная ситуация. // Психология в экономике и управлении, №1, 2011. С.106-113.
139. *Скрябина Т.* Фабрика Энди Уорхола.// STORY, 2012, №8 (50). С.135-145.
140. *Солганик Г.Я.* К определению понятий «текст» и «медиа́текст» // Вестник Моск. ун-та. Серия10. Журналистика. – 2005. – №2. С. 7-15.
141. Телевидение глазами телезрителей//Аналитический центр «Видео-интернейшнл», 2011. – 72 с.
142. *Тертычный А.А.* Перспективы развития жанровой системы СМИ России// Журналистика и медиаобразование - 2010: Сборник трудов IV Международной научно-практической конференции 22–24 сентября 2010 г. – Белгород: «БелГУ», 2010. – 532 с.
143. *Уразова С.Л.* Homo informaticus как тип личности. Конфликт зрелищного и реального на экране.// Вестник ВГИК, 2011, №9. С. 131-139
144. *Уразова С.Л.* Homo informaticus как тип личности. Конфликт зрелищного и реального на экране.//Вестник ВГИК, 2011, №10. С.120-131.
145. *Уразова С.Л.* О гуманитарных практиках современных экранных технологий.// Вестник ВГИК, 2011, №8. С.74-83.
146. *Фромм Э.* Пути из больного общества. // П.С.Проблема человека в западной философии. – М.: Прогресс,1988. С.443-483.
147. *Хабермас Ю.* Отношения между системой и жизненным миром в условиях позднего капитализма // Thesis. 1993, № 1. Вып. 2. С.123-126.
148. *Хайдеггер М.* Европейский нигилизм.// П.С.Проблема человека в западной философии. – М.: Прогресс,1988. С.261-314.
149. *Харитонов В.В.* Диалогика М.М. Бахтина и проблема парадигмальности современной духовной ситуации.// М.М.Бахтин: pro etcontra.Творчество и наследие М.М.Бахтина в контексте мировой культуры.Т.2. – СПб: Изд.Русского Христианского гуманитарного института, 2001. С.297-303.

150. *Хренов Н.А.* Публика в фокусе истории и теории коммуникации.//Историческая психология и социология истории, №1, 2010. С.97-117.
151. *Эко У.* О членениях кинематографического кода.//Строение фильма. Сборник статей.– М.: «Радуга»,1985. С.79-100.
152. *Янчук В.А.* Постмодернистский, социокультурный диалогизм как перспектива позиционирования в предмете психологии.// Методология и история психологии, 2006, Т.1, Вып.1. С.193-206.

Диссертации и авторефераты диссертаций

153. *Амбросимова Л.В.* Историко-философский анализ концепций диалогизма XX века (М.Бубер, О.Розеншток-Хюси, М.М.Бахтин). Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата философских наук. – М: Московский государственный гуманитарный университет им. М.А. Шолохова, 2007. – 26 с.
154. *Аносова С.В.* Агрессивный компонент полемических текстов и иллюстраций в современной газете. Диссертация на соискание кандидата филологических наук. – Воронеж, 2008. – 303 с.
155. *Касютин В.Л.* Формы и методы государственного регулирования СМИ (на примере региональных изданий). Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук. – М.: ФГОУ ДПО «Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания», 2011. – 25 с.
156. *Молчанова Е.Н.* Телевидение в культуре современного информационного общества. Диссертация на соискание ученой степени кандидата философских наук. Ставрополь: Ставропольский Государственный Университет, 2005. – 138 с.
157. *Поцелуев С.П.* Диалог и парадиалог как формы дискурсивного взаимодействия в политической практике коммуникативного общества. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата

политических наук. – Ростов-на-Дону: ФГАУ ВПО «Южный федеральный университет», 2010. – 45 с.

158. *Ройтберг Н.В.* Диалогическая природа рок-произведения. Диссертация на соискание степени кандидата филологических наук. Донецкий Национальный Университет, 2007. – 215 с.

159. *Сергеенко А.А.* Создание журналистских текстов в трансформирующейся среде массовой коммуникации. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук. – М.: ФГОУ ДПО «Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания», 2011. – 27 с.

160. *Уразова С.Л.* Телевидение как институциональная система отражения социокультурных потребностей. Автореферат на соискание ученой степени доктора филологических наук. – М.: ФГОУ ДПО «Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания», 2012. – 61 с.

161. *Хлыстунов С.Ю.* Средства массовой информации российского общества в условиях идеологической глобализации: социологический подход. Автореферат на соискание ученой степени доктора социологических наук. Саратов: Саратовский государственный социально-экономический университет, 2007. – 43 с.

162. *Чобанян К.В.* Жанровые приоритеты и языковая модель современного информационного телеканала (на примере каналов СИ-ЭН-ЭН и «Россия-24»). Диссертация на соискание степени кандидата филологических наук. – М: Московский государственный университет имени М.В. Ломаносова, 2016 г. – 235 с.

163. *Юдина Е.Н.* Развитие медиaprостранства современной России (на примере телевидения). Автореферат на соискание степени доктора социологических наук. – М.: Московский государственный технологический университет «СТАНКИН», 2008. – 50 с.

Интернет- источники:

164. *Адорно В. Т.* О технике и гуманизме. [Электронный ресурс]//URL.: <http://www.twirpx.com> (дата обращения 12.03.2012).
165. *Александров А.* Проектор постмодерна//Коммерсант-Власть, 2009, №36//URL: <http://www.rossia3.ru/culture/projector> (дата обращения 20.10.2013).
166. *Бурдьё П.* «О телевидении»//URL.: <http://bourdieu.name/content/bourdieu-o-televidenii> (дата обращения 10.02.2012).
167. *Вартанов А.С.* Актуальные проблемы телевизионного творчества. На телевизионных подмостках. – М.: Высшая школа, 2003//URL.: <http://www.twirpx.com> (дата обращения 12.04.2012).
168. *Вартанова Е.Л.* Медиаэкономика зарубежных стран. – М.: Аспект пресс, 2003// URL.: <http://www.twirpx.com> (дата обращения 12.04.2012).
169. *Горюнова Н.Л.* Художественно-выразительные средства экрана. – М.:2000.//URL.: <http://www.twirpx.com> (дата обращения 12.03.2012).
170. *Гуревич С.М.* Экономика отечественных СМИ. – М.:Аспект-пресс,2004.// URL.: <http://www.twirpx.com> (дата обращения 12.03.2012).
171. *Гуцал Е.* «Мясо» vs. «Плесень». Частный корреспондент.10.07.2009 // URL.:http://www.chaskor.ru/article/myaso_vs_plesen_8288 (дата обращения 09.09.2012).
172. *Демьянков В.З.* Тайна диалога: (Введение)// Диалог: Теоретические проблемы и методы исследования. М.: ИНИОН РАН, 1992. С.10-44. // URL.: <http://www.infolex.ru/Taj.html> (дата обращения 19.08.2011).
173. *Дубинина И.Н.* Современное телекоммуникационное искусство: становление новой парадигмы творчества.//Полигнозис, 2006, №4. //URL.: <http://www.twirpx.com> (дата обращения 12.03.2012).
174. *Дунаев П.К.* Новое в законодательстве Российской Федерации о средствах массовой информации и о связи.//Кодекс.Законодательство, комментарии, консультации, судебная практика//URL.:<http://www.kodeks.ru/2213.html> (дата обращения 17.03.2013).

175. *Дьяконов Г.В.* Диалогическая интерпретация психологии самобытия и со-бытия в онтологии С.Л. Франка. // URL.:<http://hpsy.ru/public/x3438.htm> (дата обращения 19.07.2011).
176. *Дьяконов Г.В.* Диалогийная концепция эстетики и литературоведения М.М. Бахтина.// Соціальна психологія, № 6 (20), 2006. С.35-46. //URL.: <http://hpsy.ru/public/x1678.htm> (дата обращения 19.07.2011).
177. *Дьяконов Г.В.* Концепция диалога М.М.Бахтина как методология научно-гуманитарного мышления и мировоззрения // Феномен человека в психологических исследованиях и в социальной практике. Материалы Международной конференции (Смоленск, 23-25 октября 2003 г.).// URL.: <http://hpsy.ru/public/x3327.htm> (дата обращения 19.07.2011).
178. *Дьяконов Г.В.* Концепция диалога М.М. Бахтина – основа экзистенциально-онтологической психологии.// URL.: <http://hpsy.ru/public/x2781.htm> (дата обращения 19.07.2011).
179. *Дьяконов Г.В.* Психологическая онтология и обращения в диалогике М.Бубера.«Соціальна психологія», 2004, № 3(5). //URL.:<http://hpsy.ru/public/x3327.htm> (дата обращения 19.07.2011).
180. *Дьяконов Г.В.* Психология эгоцентризма и образы духовности: опыт диалогической рецензии.// Соціальна психологія, № 3 (23),2007.// URL.:<http://hpsy.ru/public/x1678.htm> (дата обращения 19.07.2011).
181. *Дьяконов Г.В.* Этика поступка и концепция «Другого» М.М. Бахтина – истоки и предпосылка психологической онтологии диалога.// Соціальна психологія, № 3, 2007. С.18-28.// URL.: <http://hpsy.ru/public/x2781.htm> (дата обращения 19.07.2011).
182. *Иванов В.Ф.* Социологическое изучение культурологических теорий массовой коммуникации.// URL.: <http://copy.yandex.net> (дата обращения 9.02.2012).
183. *Иващенко Г.В., Науменко Т.В.* Философские проблемы теории журналистики как область исследований. //URL.: <http://www.twirpx.com> (дата обращения 12.03.2012).

184. *Ивин А.А.* Логика для журналистов. – М.: Аспект-пресс, 2002. // URL.: <http://evartist.narod.ru/text8/36.htm> (дата обращения 6.01.2014).
185. *Кришнамурти Д.* О самом важном (Беседы с Дэвидом Бомом). – М.: Либрис, 1996. // URL.: <http://www.biblioteka.by/10/KRISHNAMURTI/oglawno.html> (дата обращения 8.08.2012).
186. *Кривец А.П.* Формирование коммуникативного пространства в диалоге власти и общества. // Научные ведомости БелГУ. Серия: История. Политология. Информатика. №7, 2009 // URL.: <http://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-kommunikativnogo-prostranstva-v-dialoge-vlasti-i-obschestva> (дата обращения: 20.04.2013).
187. *Ланкина Е.* Укаждой женщины свой Малахов. // Московские новости, №38, 2007. // URL.: <http://malahov-plus.com/main/ludi/1043-u-kazhdoyj-zhenshhiny-svojj-malakhov.html> (дата обращения 11.06.2009).
188. *Лосев А. Ф.* Эстетика Возрождения. – М., 1982. // URL.: <http://www.twirpx.com> (дата обращения 12.03.2012).
189. *Лучинский Ю.* Очерки истории зарубежной журналистики. // URL.: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Gurn/luch/01.php (дата обращения 20.04.2013).
190. *Махлин В.* Возраст речи. Подступы к явлению Аверинцева // Вопросы литературы, 2006, №3. // URL.: <http://magazines.russ.ru/voplit/2006/3/ma2.html> (дата обращения 14.06.2012).
191. *Межуев В.М.* Диалог как способ межкультурного общения в современном мире. // Вопросы философии, 2011, №4. // URL.: http://vphil.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=387&Itemid=52 (дата обращения 22.03.2012).
192. *Могилевская Э.* Ток-шоу как жанр ТВ: происхождение, разновидности, приемы манипулирования. // URL.: <http://www.twirpx> (дата обращения 12.04.2012).

193. *Назарчук А.В.* Философское осмысление диалога через призму коммуникативного подхода//Вестник МГУ, 2010,№1.С.51-71// URL.: <http://www.nazarchuk.com/articles/article22.html>(дата обращения 11.06.2012).
194. *Ожегов С.* Толковый словарь русского языка. //URL.: <http://www.slovopedia.com/4/207/667216.html> (дата обращения 10.03.2013).
195. *Ольхов П.А.* Диалог как путь в историю//Вопросы философии №8, 2011. С.58-67//URL.:http://vphil.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=374 (дата обращения 11.05.2012).
196. *Пацлаф Р.* Застывший взгляд. Физиологическое воздействие телевидения на развитие детей. – М., 2002. – 206 с.//URL.: <http://www.twirpx.com> (дата обращения 12.03.2012).
197. *Познер В.В.* Прощание с иллюзиями. – М.:Астрель,2012. – 480 с.//URL.: <http://www.twirpx.com> (дата обращения 12.03.2012).
198. *Прохоров Е.П.* Диалог как основа участия журналистики в формировании толерантного общества. Толерантность// СМИ// методическая литература//URL.: <http://www.tolerance.ru> (дата обращения 15.07.2015).
199. Рейтинг телепрограмм России.//URL.: <http://www.allcharts.ru/tv/russia/rating.htm> (дата обращения 11.03.2012).
200. *Реутин М.Ю.* Парижские диспутации Иоанна Экхарта I-III. Предисловие к переводу// Вопросы философии, 01.04.2011. //URL.:http://vphil.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=292 (дата обращения 22.03.2013).
201. *Розин В.* Семиотические исследования. – М.: 2000.//URL.: <http://www.twirpx.com> (дата обращения 12.03.2012).
202. *Садков П.*Ток-шоу это война// Комсомольская правда. 25.10.2007. // URL.:<http://kp.ru/daily/23991.3/76585> (дата обращения 2.04.2011).
203. *Садков П.* Андрей Малахов: Я ставлю человеку диагноз через 15 минут общения.//Телевизор.26.02.2009.//URL.: <http://www.kp.ru/daily/24251.3/448551/> (дата обращения 2.04.2011).

204. *Татаринова Г.Н.* Управление общественными отношениями.— СПб.:Издательский дом «ПИТЕР», 2004.// URL.: <http://www.twirpx.com> (дата обращения 12.03.2012).
205. Теории взаимодействия. Философский словарь.//URL.: <http://www.philosophydic.ru> (дата обращения 10.02.2012).
206. *Тертычный А. А.* Жанры периодической печати. – М.: Аспект Пресс, 2000.// URL.: <http://www.twirpx.com> (дата обращения 12.03.2012).
207. *Уразова С.Л.* Визуализация массовых коммуникаций// Вестник электронных и печатных СМИ. Выпуск № 10//URL.: // <http://vestnik.ipk.ru> (дата обращения 6.03.2012).
208. *Уразова С.Л.* Отзыв на автореферат диссертации М.А. Мясниковой «Морфологический анализ современного российского телевидения»//Вестник электронных и печатных СМИ, №13.// URL.: <http://www.ipk.ru/index.php?id=2108> (дата обращения 10.02.2012).
209. *Уразова С.Л.* О площадной экранной культуре и принципах формообразования ее продукта. Возвращение к истокам. //Медиаскоп. Электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. Ломоносова №2, 2011// URL.: <http://mediascope.ru/node/816> (дата обращения 22.03.2012).
210. *Фистенгер Л.* Теория когнитивного диссонанса. – СПб.: Юнита, 2005// URL.: <http://www.twirpx.com> (дата обращения 12.03.2012).
211. *Флоренская Т.А.* Диалог в практической психологии. Наука о душе//URL.: <http://www.twirpx.com> (дата обращения 12.03.2012).
212. *Франк С.* Мистическая философия Розенцвейга.//Путь №2,1921.С.139-148.//URL.:<http://www.odinblago.ru/path/2/14/> (дата обращения 09.09.2012).
213. *Хренов Н.А.* Рецензия на книгу: К.Э. Разлогова «Искусство экрана: от синематографа до интернета»//Культурологический журнал, №1, 2010 //URL.:http://www.cr-journal.ru/rus/journals/14.html&j_id=2 (дата обращения 10.03.2013).

214. Шариков А.В. 12 зол телевидения// URL.: <http://www.kroutov.ru/content/rgs/rgs3.shtml> (дата обращения 12.03.2012).
215. Шариков А.В. Российское телевидение и проблема социальной ответственности СМИ// URL.: <http://www.twirpx.com> (дата обращения 12.03.2012).
216. Шерель А. Аудиокультура XX века// URL.: <http://www.twirpx.com> (дата обращения 12.03.2012).
217. Шестеркина Л.П. Ток-шоу как форма проведения практического учебного занятия в процессе формирования профессиональной культуры// Медиаскоп. Электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. Ломоносова, №1, 2008// URL.:<http://mediascope.ru/node/22> (дата обращения 09.09.2012).
218. Шехман Н.А. Роль лингвистических и энциклопедических знаний в понимании текста. Виды знания / Понимание речевого произведения и гипертекст.— Оренбург, 2005. С.74-85.
//URL.:http://infoculture.rsl.ru/donArch/home/news/dek/2008/06/2008-06_r_dek-s2.htm (дата обращения 23.03.2013).
219. Шибеева Л. Жанры в теории и практике журналистики. — Ростов/Д: Ростовский Государственный Университет// URL.: <http://www.twirpx.com> (дата обращения 12.03.2012).
220. Шиксентмихали М., Кьюби Р. Телемания — это диагноз//URL.: <http://emiz.org.ua/psikhoanaliz/telemaniia-eto-diagnoz> (дата обращения 12.05.2012).
221. Шилина М.Г. Актуальный медиадискурс: теоретико-методологические аспекты исследований //Медиаскоп. Электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. Ломоносова №4, 2011// URL.: <http://mediascope.ru/node/971> (дата обращения 09.09.2012).