

На правах рукописи

Зайцева Ульяна Игоревна

**ДИАЛОГИЧНОСТЬ КАК ПРИЗНАК КОММУНИКАТИВНОСТИ
ПРОДУКТОВ ЭКРАННОЙ КУЛЬТУРЫ**
(На примере телепрограмм разговорного жанра)

Специальность 10.01.10 – журналистика

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Москва – 2017

Работа выполнена на кафедре журналистики
ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии»

Научный руководитель: **Уразова Светлана Леонидовна,**
доктор филологических наук, доцент
ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии»

Официальные оппоненты: **Добросклонская Татьяна Георгиевна,**
доктор филологических наук, профессор,
профессор кафедры лингвистики, перевода
и межкультурной коммуникации
факультета иностранных языков и
регионоведения ФГБОУ ВО «Московский
государственный университет имени
М.В. Ломоносова»

Мясникова Марина Александровна,
доктор филологических наук, доцент,
профессор кафедры периодической печати
и сетевых изданий Департамента
«Факультет журналистики» ФГАОУ ВО
«Уральский федеральный университет
им. первого Президента РФ Б.Н. Ельцина»

Ведущая организация: **ФГАОУ ВО «Южно-Уральский
государственный университет
(национальный исследовательский
университет)», факультет
журналистики, кафедра журналистики и
массовых коммуникаций факультета
журналистики**

Защита состоится 14 декабря 2017 г. в 13.00 часов на заседании диссертационного совета Д 206.002.01 при ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии» по адресу: 127521 г. Москва, улица Октябрьская, д.105, корп. 2, аудитория 10.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии» по адресу: 127521, г. Москва, ул. Октябрьская, д. 105, корп. 2, ком. 805.

Автореферат диссертации размещен на сайтах: <http://ipk.ru>; <http://vak.ed.gov.ru>

Автореферат разослан «___» _____ 2017 г.

Ученый секретарь диссертационного совета,
кандидат филологических наук

В.М. Латенкова

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования. В цифровой среде, несмотря на доступность интернета и использование мобильных средств, гаджетов, телевидение продолжает удерживать лидерские позиции в отношении массового способа обмена информацией, воздействуя на становление экранной культуры в ее эволюционном развитии. Создавая оперативную обратную связь с многомиллионной аудиторией, телевидение способствует объединению различных слоев общества вокруг наиболее острых и злободневных социально значимых проблем. 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 такого обилия телепередач со студийной аудиторией, как в первые десятилетия XXI века¹. Многие годы держит высочайший рейтинг ток-шоу «Пусть говорят», опережая порой показатели программы «Время» на «Первом канале»². Это свидетельство того, что общество заинтересовано в живых публичных обсуждениях целого спектра текущих социальных проблем. Однако, обратившись к отличительным характеристикам телепрограмм разговорного жанра, необходимо отметить: в наибольшей степени в них присутствуют такие черты, как *демонстративность* и *неконструктивность* разрешения спорных вопросов и конфликтов, чья проблематика транслируется в телеэфире. Герои зачастую кричат, перебивают, даже оскорбляют друг друга, что в немалой степени свидетельствует о неготовности представителей социума к свободному и цивилизованному обмену мнениями в СМИ³. Демонстрация низкой

¹ Доверие и готовность высказать свое мнение. Левада-Центр. Опрос от 22-25 июля 2016 года//URL.: <http://www.levada.ru/2016/08/12/14111/print/> (дата обращения 15.08.2016), где в пользу доверия телевидению высказались 86% опрошенных, а о готовности свободно высказывать свое мнение по политическим вопросам подтвердили 30 % респондентов, хотя в 2015-м это количество составляло 38 %. – *Прим. авт.*

² Рейтинг телепрограмм России//URL.: <http://www.allcharts.ru/tv/russia/rating.htm> (дата обращения 11.03.2012).

³ 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-i-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 центральных телеканалах высказались 26%, и только 1 % респондентов считает, что этого типа программ на отечественных телеканалах недостаточно. – *Прим.авт.*

коммуникативной компетенции собеседников на экране неизбежно ведет к дальнейшему снижению как поведенческих норм в обществе, так и эталонных мировоззренческих предпочтений, культурно-языковой планки телезрителей, приводит также к утрате языкового чутья и вкуса, прежде всего у молодежной аудитории. При этом диалогичность этого типа телепрограмм следует рассматривать как неотъемлемый признак не только коммуникативности, но и модификации качества современного телепродукта. Таким образом, вопросы формирования диалога и речевой коммуникации на экране представляют собой комплексную проблему, имеющую профессиональное и социальное значение, что предопределяет **актуальность** проблематики, анализируемой в диссертационном исследовании.

Степень изученности проблемы. Исследование опирается на обширную научную литературу, которую условно можно разделить на несколько групп.

Основу для изучения сущности понятий «диалог», «диалогичность» применительно к продуктам экранной культуры составляют филологические и философские труды М.М. Бахтина, В.С. Библиера, 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.Реалеи, Д. Антисери, Й.Хёйзинги и других⁴.

Ко второй группе относятся исследования, научные труды по проблемам коммуникации Т.А. ван Дейка, С. Жижека, Е.В.Клюева, В.В. Красных, Ю.М.Лотмана, Н.Лумана, А.И.Черных и других⁵. В диссертационной работе

⁴См.: 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; Библиер 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.

⁵См.: 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; Клюев 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

учитывались концепции 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.Фукуяма⁶.

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, К.Э. Разлогова, С.Л.Уразовой, В.Л.Цвика, В.А.Шкуратова и других авторов. Непосредственно о диалоге в СМИ писали В.С. Саппак, С.А.Муратов, Е.В.Поберезникова и другие исследователи⁷.

В России и за рубежом теории диалога посвящено немало научных трудов. Но в условиях динамических эволюционно-трансформационных

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.

⁶Белл 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.

⁷Акопян 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; 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. Homoinformaticus 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.

процессов, происходящих в социуме и медиасреде, углубленный анализ диалогических свойств телевизионного продукта с учетом специфики его эффективного взаимодействия с современной телеаудиторией приобретает особую актуальность.

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*) и общепилологические (*контекстологический, композиционный, структурный, концептуальный, контент-анализ*). 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 потребности разных социальных групп и вовлечение аудитории в семантику экранной продукции.

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 состоит в выявлении ведущих принципов построения эффективного диалогического взаимодействия в сцеплении: диалог героев телепрограмм – транслятор сообщения – телезритель.

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

- проследить развитие понятия «диалогичность» в ходе эволюции различных теоретических подходов отечественных и зарубежных ученых, исследовавших диалог как коммуникативный феномен, дать определение понятиям «диалогичность» применительно к экранным продуктам, а также выявить значение этих феноменов для современного общества;
- проанализировать специфику имманентной связи «зритель – экранный продукт» при трансляции телепрограмм диалогизированного типа;
- изучить структуру медиатекста телепрограмм разговорного жанра и выявить специфику речевых практик телевизионной речи их участников;
- обосновать основные методы и критерии эффективного взаимодействия телевидения и аудитории с учетом диалогической специфики ток-шоу;
- выявить диапазон использования культурно-лингвистических единиц в речевой модели медиатекстов ток-шоу.

Гипотеза исследования. В основе закономерностей всех способов телевизионной репрезентации лежат критерии межличностного общения. Диалогический принцип, согласно которому человек обретает личностную и коллективную идентичность, соотнося себя только с Другими и основываясь на интерсубъективности как явлении, что находит отражение в создаваемом экранном продукте, позволяет устанавливать эффективную интерактивную связь с аудиторией, обеспечивать ее активизацию.

Теоретическая значимость исследования заключается в выявлении диалогического признака коммуникативности, присущего экранным продуктам, и его значимости при оценке качества транслируемых телепрограмм, что

обосновывается в рекомендациях по выработке стратегического планирования телепередач разговорного жанра, в формировании критериев их диалогичности, обеспечивая тем самым вовлеченность аудитории в показываемый продукт и способствуя расширению способов эффективности диалога.

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

- при создании телепрограмм различных жанров и 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 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, прежде всего телевизионной, выявляется значимость обращения к диалогическому принципу как категориальному признаку коммуникативности, обеспечивающему вовлечение аудитории в телепрограммы разговорного жанра. Исследуется также многоуровневая структура межличностного взаимодействия субъектов, репрезентирующих свои мировоззренческие постулаты посредством экранных технологий, что характеризует ментальные и культурные показатели развития современного общества. Анализируются семантика телепрограмм диалогизированного типа и используемые речевые модели медиатекстов с опорой на медиалингвистику.

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. Медиалингвистика с использованием ее научных инструментов для анализа аудиовизуального языка экрана доказывает, что экранная культура, неразрывно связанная с социальной природой человека, синтезируя в себе основные формы передачи информации и интерпретируя 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.

3. Возникновение и доминирование на экране в конкретный пространственно-временной период определенных ТВ-жанров предопределяется потенциальными запросами и потребностями общества. Ток-шоу, обладая наибольшей широтой диалогических возможностей, является оптимальным инструментом развития социальных диалоговых практик в настоящее время.

4. Использование диалогического принципа позволяет устанавливать эффективную интерактивную связь с аудиторией, обеспечивать ее активизацию, при этом важной составляющей данной стратегии должен стать контроль за чистотой русского языка и культурой поведения на экране.

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», входящие 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» ФГБОУ ДПО «Академия 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 г. (ныне Государственный Социально-Гуманитарный Университет).

Соответствие работы паспорту специальности. Исследование отвечает паспорту специальности 10.01.10 – журналистика, включает в себя следующие области: журналистика в системе массовой коммуникации (5), журналистика и общественное мнение: принципы и формы взаимодействия (6), критерии эффективности массовой коммуникации (18), телевидение в системе СМИ: формирование и современное состояние (20).

Структура и объем работы. Структура диссертации отвечает целям и задачам исследования. Работа состоит из *Введения, двух Глав, Заключения и Библиографии*. Объем диссертации составляет 178 с., представлено 9 Таблиц, в Библиографии указано 221 источник информации.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** обосновываются актуальность проблемы, степень ее научной разработанности, определяются цели и задачи, научная новизна поставленной проблемы, формулируются объект, предмет и методы исследования, обосновываются гипотеза, теоретическая и практическая значимость исследования.

В первой главе «**Теоретико-методологическое обоснование термина «диалогичность» в условиях эволюции экранной культуры»** выявляются ведущие характеристики телевизионного общения в имманентной связи «экран-зритель», изучаются диалогические принципы структурных компонентов медиатекста телевизионных программ.

В параграфе 1.1. «*Понятие «диалогичность» в контексте развития массовой коммуникации. Историко-филологический аспект*» термин «диалогичность» обосновывается как качественная характеристика коммуникационных процессов в ходе развития СМК и эволюции научного мировоззрения. Это находит отражение в осмыслении духовно-чувственного взаимодействия человека с окружающей средой, что было присуще мыслителям древних цивилизаций уже в дописьменную эпоху.

Исходные принципы диалогичности, обеспечивающие познание индивидом окружающего мира, были сформулированы философами (Сократ, Платон, Протагор и др.) в демократических городах-государствах (полисах) Древней Греции, где политические вопросы подлежали всеобщему обсуждению, существовала культура ведения диалога. Это принципы – *антропоцентризм* (ценность личности), *свобода выражения мнения*, *важность аргументации*, *взаимоотносительность истины и т.д.*

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.

Распространение печатных технологий в Новое время, а также расцвет журнальной периодики в XVIII веке сформировали коммуникативную общность, где ведущим принципом диалогичности становится *сила суждения*, которая понимается просветителями Ж.Руссо, А.Вольтером, Ш.Монтескье и другими мыслителями как источник истины и морали, способ преодоления косности мышления, возможность выразить внутреннее состояние человека.

Однако родоначальником понимания диалогичности как важнейшей коммуникативной характеристики считается немецкий философ И.Кант. Его мысль о том, что человек воспринимает мир не таким, каков 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 И.В.Зиновьева, «основная диалогическая посылка...»⁸, актуализировавшая проблематику субъект-объектных отношений и положенная в основу научного изучения человеческой *субъективности*. Последователи Канта – И.Фихте, Г.Гегель, С.Кьеркегор, К. Ясперс и другие – рассматривали любое социальное взаимодействие как *взаимобусловленность* «Я» и «Другого», что в конце XIX – начале XX вв. положило начало исследованию диалогичности как важнейшего свойства, формирующего социальную коммуникацию.

В первой половине XX века в контексте формирующихся гуманитарных наук (психология, антропология, социология) возникло отдельное направление – *философия диалога*, где диалогичность понималась как *непрекращающаяся связь* человека с другими людьми и Богом с момента его самосознания. Данное явление развивали Ф.Розенцвейг, Ф.Эбнер, О. Розеншток-Хюсси, Э.Левинас и другие ученые того времени. Важнейшие детали в понимании сущности диалогичности привнесли теории философов М.Бубера и М.Бахтина. Рассматривая данное свойство коммуникации в качестве *фундаментальной особенности человеческих отношений*, они вывели *диалогический принцип*, согласно которому формирование личности и постижение человеком окружающего мира происходит только в диалоге, и всегда в соотношении себя с другими людьми. «Самосознание диалогизировано. Диалог не может ни кончиться, ни завершиться... Жить – значит участвовать в диалоге: вопрошать, внимать, ответственствовать, соглашаться и т.п.»⁹. Термином «диалогичность», по Бахтину, можно охарактеризовать *формат познания*, в котором постигается человек.

Во второй половине XX века в связи с распространением визуальных систем коммуникации понятие «диалогичность» вновь переосмысливается в ряде философских концепций, обозначенных термином «постмодерн». Так,

⁸Зиновьев И.В. Теория субъект-объектных отношений А.И. Введенского: от Канта к диалогизму//Вестник Университета Российской Академии Образования, №3 (41),2008. С.10.

⁹Бахтин 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.

например, бахтинская теория диалога соединяется с ризоматической типологией теории деконструкции Ж. Дерриды, в результате чего возникает обоснование открытого диалога, понимаемого как система, где каждый предшествующий элемент связан с последующим. В связи с этим стоит предположить: идея диалогичности доминирует и в основе концепции интерактивности технических устройств, характеризуя отношения между человеком и техникой, а также между людьми, которые коммуницируют посредством техники. Суть же понятия «диалогичность» в его современном понимании заключается в *многоплоскостном, полилинейном, разновекторном взаимодействии, создающем возможность включения в эту плоскость все новые и новые аспекты субъект-субъектных и объектно-субъектных отношений*. Под последними следует понимать имманентную связь, априори существующую между СМИ как социальным институтом и аудиторией, в данном случае – между телевидением и зрителями.

В параграфе **1.2. «Диалогические свойства продуктов экранной культуры»** экранная культура рассматривается как современный прогрессивный и массовый способ социального взаимодействия, чья эффективность обеспечивается определенными диалогическими принципами. Через призму диалогичности многомерное понятие *культуры* рассматривается одновременно как процесс и как продукт духовного производства, т.е. предстает в качестве универсальной системы по созданию, хранению и распространению знаний и ценностей, способствующих интеграции людей и социума, формирующих свой духовный мир, тогда как культурное взаимодействие предстает в качестве *акта коммуникации*, предполагающего наличие *отправителя, канала*, по которому передается сообщение, и *получателя*. Отметим значимость использования для обмена информацией языковых и иных знаковых систем, реализующих *акт социального взаимодействия*. Так, экранная культура как особая знаковая система, основанная на зрительно-звуковых элементах, есть по своей сути социальная коммуникация. Образное изображение на экране является знаком. Знаки – это

абстракции. Философ У.Эко писал: «Сообщение есть знаковая форма, которую можно наполнить разным содержанием»¹⁰. Каждый индивид, получая «сообщение», интерпретирует его по-своему, перерабатывая во внутреннем диалоге и пропуская сквозь призму своего социального опыта. Современный человек получает в течение суток столько аудиовизуальной информации, сколько наши предки не видели за всю жизнь, однако умение концентрировать внимание лишь на интересующих объектах, защищает мозг от перегрузок. В параграфе обосновывается многоступенчатая система различных обстоятельств и причин, являющихся определяющими факторами такого отбора. Это позволяет сделать вывод, что ***восприятие человеком экранного образа не есть механическое регистрирование 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.***

В параграфе 1.3. ***«Специфика телевизионного диалога во взаимодействии «экран-зритель»*** анализируются основные принципы и процессы диалогического взаимодействия в рамках коммуникации «зритель – экран – производитель». Еще в 1950-е гг. В.Саппак обратил внимание на то, что специфика телевидения быть 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»¹¹. Момент «раздумий у телевизора» превращается в своеобразную «задушевную беседу» с экраном – диалог, а не монолог. *Диалогические отношения* – одно из ведущих понятий концепции диалогизма, которое рассматривалось философами XX в. (М.Бубер, М.Бахтин, Э.Левинас и др.) в качестве разносторонней и многоуровневой *связи* человека с окружающим миром и представленными в виде соотнесения «Я и Ты»/«Я и Другой».

¹⁰ Эко У. О членениях кинематографического кода.//Строение фильма. Сборник статей. – М.: «Радуга»,1985.С.84-86.

¹¹ Саппак В. Телевидение и мы: Четыре беседы.- М.: Аспект пресс, 2007. С 8.

Основной движущей силой к началу диалога, по Левинасу, признается их *взаимная активность и направленность друг на друга*, которую диалогисты рассматривают как *«требование» познать и постичь Другого, одновременно жаждущего быть познанным и постигнутым*. Следовательно, основой взаимодействия «экран-зритель» служит некий «взаимный интерес», который в процессе взаимодействия может либо возрасть, либо угасать.

Телеобраз является общей для социума *системой знаков и правил, с помощью которых происходит кодирование и декодирование информации*. При этом важнейшим компонентом диалогического взаимодействия «экран-зритель» является *речевое общение*. Передача информации при взаимодействии зрителя с телеэкраном происходит буквально «из уст в уста». *Антропоцентризм*, присущий телеэкрану, основан на диалогическом принципе заинтересованности в Другом. В отличие от «анонимности» сообщений газет и радио, телесообщение – *персонафицировано*.

В теоретических трудах диалогистов, говорится о том, что процесс адресования можно охарактеризовать как вторжение на чужую территорию, обращение к любому человеку меняет ход его мыслей. Телеобраз в огромной степени также принудителен, люди смотрят телевизор гораздо больше, чем планируют. П. Танненбаум сообщает: «Меня неизменно смущает тот факт, что даже во время интересной оживленной беседы, если рядом работает телевизор, я непременно поглядываю на экран»¹². Диалогические отношения это, в числе прочего, *реагирование на слово. Неизбежная позиция ответственности-ответственности*, которую человек занимает, живя среди других людей, обозначена Бахтиным как категория *«не-алиби в бытии» – отсутствие возможности уклониться от «ответчания»*. ТВ обладает огромным потенциалом вызывать глубокий эмоциональный *отклик*. Отметим, что электронные коммуникации в некотором роде способствуют потере значения категории пространства как перспективы и времени как последовательности,

¹² Цит.: Шиксентмихали М, Кьюби Р. Телемания – это диагноз// URL.:<http://emiz.org.ua/psikhoanaliz/telemaniia-eto-diagnoz> (дата обращения 12.05.2012.).

образуя некое сложное виртуальное пространство *между* зрителем и экраном. Понятие «между» в философии диалога используется как ключевое, открывающее подступ к особой «диалогической среде» порождения смыслов, возникающей между кругозорами говорящего и слушателя. 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»¹³. Таким образом, *между экраном и зрителем* возникают взаимоотношения в разрезе «одного момента», в фокусе «здесь-и-теперь» и «вот-бытия»¹⁴. Сущность телевизионного общения также заключается в *совместном* созидании нового общего смысла.

Телеобщение относится к весьма сложным коммуникативным процессам субъектно-объектной взаимосвязи. Любое медиасообщение заключает в себе определенную трактовку: автор всегда делает выбор в пользу самого интересного, важного, полезного и пр., определяет формат, наделяет информацию оценочностью. Абсолютно объективной информации на ТВ не существует, т.к. она не возникает вне человека. С другой стороны, и зритель не является пассивным потребителем информации. На основе собственного жизненного опыта, он извлекает из произведения свой смысл, интерпретируя медиатекст субъективно.

Таким образом, диалогическая специфика телевидения, позволяет этому средству экранной культуры осуществлять прямое, личностное и двустороннее общение и обладает большим потенциалом для ведения диалога с аудиторией. 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***

¹³ Цит.: Черных А.И. Социология массовых коммуникаций.– М.: Изд.дом ГУ ВШЭ, 2008.С.245.

¹⁴ 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.

чувственно-эмоциональной природой человеческого восприятия, что и обуславливает востребованность аудиторией экранной продукции.

Параграф 1.4. «*Структурно-лингвистические особенности медиатекста в телепрограммах разговорного жанра*» представляет собой анализ структурных и стилистических единиц телепрограмм разговорного жанра и их воздействие на употребление правил и норм речевой культуры при создании медийного сообщения.

В параграфе исследуются факторы *стилистической* концепции телепрограмм и типологическое описание медиатекстов, которые основываются на категориях: *способ создания и воспроизведения – канал распространения – функционально-жанровый тип текста – тематическая доминанта*. Обосновывается *провокационная жанровая специфика* большинства телепрограмм разговорного типа, нацеленная на создание конфликта в студии, где и формулировка темы телепрограммы, и подбор фактов, героев предполагают выявление противоречивости позиций оппонентов, а структура медиатекста ориентирована на создание негативно-оценочной тональности, которая обеспечивает *эмоциональное раздражение*, что порождает феномен резонанса, и потому «эксплуатируется» создателями медиапрограмм.

Во многом резонанс достигается благодаря механизму *таргетинга* (англ. target-цель), термин, уже переживавший из IT-маркетинга в телеиндустрию и в 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.

Изучение медиатекстов современных телепрограмм позволяет обозначить две значимые проблемы: одна из них – экстралингвистическая, понимаемая как проблема воздействия этических регуляторов на *создание* медиатекста; а другая – лингвистическая, рассматриваемая как проблема стилистического диагностирования лингвоэтических нарушений в языке СМИ. (К таким

нарушениям относят, прежде всего демагогию, агрессивность, скандальную эпатажность, фамильярность и т.п.).

Рассматривая экранную культуру как акт виртуального общения гипермассовой аудитории, можно утверждать, что она формирует новый тип «эстетического сознания» человека. Это означает, что журналистское сообщество способно и обязано формировать некую медийную среду, многообразное смысловое пространство для ведения равноправного диалога между различными социальными группами «сколь ни велики они и не различны по идеям, целям и организации»¹⁵, являющихся, тем не менее, частью общей культуры. Сформулировать определение диалогичности применительно к массовой коммуникации и, в первую очередь, к продукции экранной культуры, к которой 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.

Во второй главе «**Диалогичность телепрограмм разговорного жанра в практике отечественного ТВ**» анализируется эмпирический материал, на примере диалогов участников телепрограмм диалогизированного типа, осуществляется поиск способов создания эффективной экранной коммуникационной среды.

В параграфе **2.1. «Жанровое разнообразие телепрограмм – эффективный механизм представленности диалогических отношений «экран – зритель»** раскрывается сквозь призму диалогичности на примере телепрограмм разговорного жанра, включая процесс диффузии жанров на

¹⁵ Дзялошинский И.М. Российское телевидение: противостояние матриц //Вестник ВГИК, 2011, №9.С.126.

отечественном ТВ, его влияние на построение диалогических отношений в рамках экранной среды.

Современная практика телеиндустрии обозначила стирание граней между традиционными видами программ. Так основную часть эфирного времени ведущих телеканалов России составили за последнее десятилетие премьерные программы следующих 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 конкретно к информационным, аналитическим или художественным жанрам. Например, передача «Прожекторперисхилтон», выходящая в эфир на «Первом канале» с 2008 по 2012 годы, представляла собой юмористический анализ информационной картины дня.

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 гг., то постепенно эта грань практически исчезла. Так, в реалити-шоу «Дом-2» («ТНТ») уже в 2007 г. стало традицией проводить телемост с обсуждением животрепещущих проблем на лобном месте. А нашумевшее в 2011-2013 гг. реалити-шоу «Каникулы в Мексике-2» (MTV) выпустило одноименное ток-шоу, в котором обсуждались события на мексиканской вилле. Таким образом, одни и те же герои одновременно становились участниками сразу двух телепередач различных жанров, драматургически слитых в одну.

Современные проекты «Первого канала»: «Минута славы», «Танцы на льду», «Голос», «Голос. Дети», «Цирк со звездами», «Гимнастика со звездами» (2013-2017 гг.), на «ТНТ» – «Танцы» (2015-2017 гг.) объединяют в себе и, непосредственно, шоу – концертный номер и реалити: зрители наблюдают за борьбой героев не только на сцене, но и посвящены в детали закулисы (самопреодоление на тренировках, взаимоотношения участников, «исповедь

перед камерой» и пр.), и ток-шоу: обсуждение среди приглашенных гостей, мнение судей и, конечно, участие телезрителей в голосовании для определения победителя. Филолог М.М. Бахтин предсказывал эклектику жанровых форм: «Чем...свободнее мы их используем, тем полнее и ярче раскрываем в них свою индивидуальность, гибче и тоньше отражаем неповторимую ситуацию общения...»¹⁶. Генеральный продюсер «Первого канала» К.Эрнст, говоря о необходимости поддержания эффективного диалога с аудиторией в цифровой среде, заметил: «...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»¹⁷.

Важнейшим показателем эффективности диалогического взаимодействия служит степень включенности человека в систему общественных отношений, где под «эффективностью» понимается связь между способностью работника телевидения к передаче информации и способностью зрителя к ее восприятию. Современные телепрограммы, включая ток-шоу, позволяют не просто обменяться мнениями, но отразить целый спектр диалогических возможностей по заданной тематике, активизируют интеллектуальную деятельность аудитории, включая ее в процесс исследования. Смещение различных ТВ-жанров и эволюционирование формообразования телепрограмм в условиях развития высоких технологий и формирования экранной диалоговой среды закономерный процесс, в котором основным критерием выхода в эфир новых передач является «естественный отбор», который определяется рейтингом. При этом диалогичность как неотъемлемое свойство продуктов экранной культуры само по себе проявляется в построении медиатекста.

В параграфе **2.2. «Полемический диалог в ток-шоу на российском телевидении»** на примере становления отечественного ток-шоу

¹⁶ Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. - М.: Художественная литература, 1979. С.259.

¹⁷ Цит.:Ильченко С.Н. Система жанров отечественного телевидения и ее трансформация в условиях глобализации информационного пространства. Ч.1.– М.:2012.С.58.

рассматриваются конструктивные и деконструктивные формы диалогического общения в телеэфире.

В качестве наиболее существенных признаков полемического диалога следует выделить *сопоставление* и *противоборство* различных точек зрения. Полемический диалог в ток-шоу в большинстве случаев служит драматургической составляющей, осуществляется среди нескольких групп собеседников и имеет двунаправленный характер: т.е. учитывает и фактор межличностного общения в студии, и наличие широкой зрительской аудитории. Медiateксты ток-шоу с их заметной выраженностью спорности утверждений обладают сильнейшим свойством интерактивности, которая понимается как возможность обеспечения двусторонней взаимосвязи. В.Л. Цвик определил этот тип разговорной телепередачи как «эксплуатирующий естественную человеческую потребность в общении с себе подобными»¹⁸.

В России принципы построения диалога на ток-шоу меняются в зависимости от социально-культурного контекста. Так в 1960-х гг. на Центральном телевидении, с учетом цензуры, полемика велась на высоком культурном уровне, свойственном советскому телевидению. На рубеже 1980 – 1990-х годов, когда начались «перестроечные» процессы, в историю отечественного телевидения вошли телемосты «Россия-США», и, как свидетельствуют полемические тексты программ, люди на ток-шоу выступали в минимально персонифицированной форме: в диалоге между группами участников в диалоге вместо «Я» превалировало местоимение «Мы». В середине 1990-х годов демократизация общества и идеологический плюрализм подарили возможность рядовым гражданам высказываться в телеэфире от собственного имени, однако в популярном в то время ток-шоу Валерия Комиссарова «Моя семья» на телеканале ОРТ¹⁹, герой, который откровенно рассказывает о проблемах в личной жизни, скрывает лицо под маской.

¹⁸ Цвик В.Л. Телевизионная журналистика. -М.:Юнити Дана, 2009.С.299-300.

¹⁹ Прежнее название «Первого канала». – *Прим. авт.*

«Бум необыкновенных историй» на российских телеканалах начинается с 2000-х годов. «Окна» Д.Нагиева, «Большая стирка» А.Малахова, «Без комплексов» Л.Милявской, «Девичьи слезы» и другие ток-шоу возвели в традицию откровенный разговор с обычными людьми. После практики официозности общения в советские годы, данный аналитический жанр стал обрести «скандальность», вошла в практику ненормативная лексика, агрессивная интонация, введение в сюжет программы элементов провокаций.

Сегодня федеральные каналы производят ток-шоу адресно, дифференцируя аудиторию: для домохозяек, бизнесменов, интеллектуалов, молодежи. С 2007 года, не сдавая позиций, самым рейтинговым ток-шоу в России неизменно остается программа Андрея Малахова «Пусть говорят» на «Первом канале». 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») ²⁰. В условиях глобализации цифровой среды и процессов конвергенции в эфире программа не «умирает», благодаря Интернету ее зритель больше не зависит от программной сетки и места своего нахождения, что подтверждает популярность в России программы «Шустер Live», которая до недавнего времени транслировалась на украинском ТВ. Рейтинг программ легко проследить на основе частотности запросов ключевых слов в поисковой системе Яндекса, рассчитанной с помощью сервиса wordstat.yandex.ru. Так, по данным на декабрь 2016 г. после «Пусть говорят», огромной популярностью пользуются ток-шоу «Место встречи» («НТВ»), «Право голоса» («ТВЦ») и др. Либерализация социальных отношений привели к снижению культуры общения в телеэфире, огрублению русского языка и вульгаризации публичной речи. Несмотря на это, современное ток-шоу демонстрирует вершину возможностей теледиалога. Ресурсы, которые заложены в полемическом

²⁰ 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).

дискуссе, позволяют обсуждать самые разные социальные проблемы. Посредством этих телепрограмм происходит критическое осмысление чужого опыта, пропускание его через призму своего понимания.

В параграфе 2.3. *«Роль и имидж телеведущего ток-шоу в реализации “диалогического принципа”»* разбирается влияние языковой культуры, поведения и имиджа телеведущего на этические рамки диалога. Отмечается, что на российском ТВ редко уделяется пристальное внимание изучению культурных запросов зрителей, и потому современные телепрограммы не всегда отвечают потребностям многочисленной аудитории в содержании ценностной составляющей.

Как показывают многочисленные опросы, мнение большей части телезрителей сводится к тому, что телевидение тиражирует дурной вкус, неграмотную речь и примитивный словарный запас. Это касается не только участников телепрограмм, но и телеведущих, для которых грамотное использование речевых коннотаций относится к их профессиональному инструментарию. Например, в программе «Закрытый показ» («Первый канал»), представляющей собой обсуждение авторского кино с А.Гордоном, выходявшей в эфир с 2007 по 2013 гг. и рассчитаной на «глубокого зрителя», имидж злобного нигилиста, который избрал себе ведущий программы А.Гордон, отнюдь не красил передачу, а напротив, вызывал неприязнь у телезрителя и провоцировал ссоры между участниками программы.

В одной из программ А.Малахова «Пусть говорят» (эфир 19.03.2013), совместно со зрителями телеведущий осуществлял поиски отца мальчиков-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 испортила репутацию этой женщине и ее детям? Согласившись принять участие в программе, она таких последствий явно не могла предвидеть. Нанесен моральный вред, который претерпевает гражданин в результате позорящих сведений, заключается, согласно ст.151 ГК

РФ в «нравственных страданиях и нравственных переживаниях», однако в отличие от западных стран, российское население редко обращается за защитой в правоохранительные органы, не веря в торжество справедливости. Это свидетельство того, что законодательство в области защиты репутации и доброго имени у нас несовершенно, и создатели телепрограмм этим пользуются.

То, насколько психологическая атмосфера диалога (аффинити) на экране зависит от ведущего, демонстрирует следующий пример: Д. Нагиев, воплощая образ «циничного мачо» в ток-шоу «Каникулы в Мексике - 2» (MTV.2012-2013 гг.), провоцировал молодежь на конфликты ядовитыми комментариями, в результате чего и гости в студии общались в режиме нападок и взаимных обвинений. Став (с 2012 г.) ведущим шоу «Голос» («Первый канал»), он, согласно задумке организаторов, отказывается от функций провокатора. Теперь, наоборот, этот телеведущий должен морально поддержать участников, не прошедших на следующий этап конкурса. Здесь Нагиев использует свое обаяние, бесконечно подтрунивает над самим собой, успешно справляясь с задачей – снизить эмоциональный накал и сохранить доброжелательную атмосферу на шоу.

С учетом того, что ток-шоу представляет собой максимально *персонифицированную* экранную форму произведения, а выстраивание с аудиторией персонализированных связей достигается за счет *релевантности* медиатекста, т.е. его соответствия интересам аудитории, портрет телеведущего – это, прежде всего, ментальный образ современного зрителя: «мы то, что мы смотрим». В то же время телевидение как социальный институт *влияет* на мироощущение субкультур российского общества, а значит, несет ответственность за транслируемые духовно-нравственные и интеллектуальные ценности. С учетом того, что ток-шоу построено на *конфликте*, важно умение ведущего *направить* дисфункциональный конфликт в *функциональное* русло, заставить работать не разрушительную, а созидательную энергию спора. Модераторы диалога должны быть ориентированы на то, что они не просто

развлекают дифференцированную группу зрителей, но и формируют свою аудиторию, создавая образцы этического и речевого поведения.

В параграфе 2.4. *«Культурологические аспекты речевой модели медиатекстов ток-шоу»* изучаются нарушения норм и правил русского языка в контексте медиатекста ток-шоу.

Исследование подчеркивает, что медиатекст многослоен и представляет собой объединение отдельных текстовых компонентов: *слов ведущего, репортажей корреспондентов, высказываний героев программы, приглашенных экспертов и представителей зрительской аудитории в студии*, композиционное построение которых *актуализирует противоречия*, благодаря, к примеру, противопоставлению фактов, контрастов в описании жизненных ситуаций и пр.

Анализ медиатекстов самых рейтинговых ток-шоу центральных каналов страны – «Первый канал», «Россия 1», «НТВ», а также ряда региональных кабельных телеканалов Московской области: Коломенское телевидение (г. Коломна Московской области), ИНКО-ТВ (г. Луховицы Московской области), Искра-ВЭКТ (г. Воскресенск Московской области), выявил, что средством выразительности зачастую служат некорректные по отношению к нормам русской литературной речи лексемы. Это **лексическо-стилистические ошибки**, когда участники телепрограмм используют **известные выражения, метафоры, пословицы, поговорки и цитаты не к месту**. 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 высказывания, которые не имеют **правильной лексико-стилистического формулировки**: *«Ситуация с рабочими местами на Коломзаводе становится все хуже. – (правильно: не сгущаете краски)?* (И. Симаков, «Постфактум», Коломенское телевидение, 23.03.16); и пр.

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;* и пр.

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); и пр.

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).

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;* и пр.

Неверное ударение, по высказыванию медиалингвиста В.И.Новиковой, «так же оскорбительно для слуха, как неупотребительное или искаженное слово»²¹. Например: *«...до последнего старалась облегчить (правильно: облегчить) судьбу»* (Г.Малахов, «Пусть говорят», «Первый канал»,

²¹ Новикова В.И. Стилистика и культура речи в эфире.//Мастерство эфирного выступления. М.:Аспект Пресс, 2007.С.119.

(14.09.2015). Или – «...они живут там не по средствам» (правильно: не по средствам) (Ю.Рощина, «Разговор с чиновником», «ИНКО-ТВ», 25.10.2015). Или – «...что бы Рада отозвала (правильно: отозвала) неудовлетворительную оценку» (Д.Куликов, «Воскресный вечер с Соловьевым», «Россия 1», 24.04.16); и пр.

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); и пр.

А также производится подробный разбор **клишированных и устойчивых коллокаций, грубовато-просторечной тональности, лексики интернет-среды, заимствований и пр.**

В целом, анализируя языковую ситуацию в телепрограммах, можно говорить о том, что за последние десятки лет язык ТВ вообрал в себя все возможные источники – от нецензурной до научной речи. Согласно замечанию лингвиста К. Кнорре-Дмитриева, «подобно тому, как стали скупать вещи, одежду, посуду, мебель, потащили в язык все яркое, красивое и броское – все, что помогало нашей эмоциональности, экспрессивности»²². Смена стилистической парадигмы невольно способствует снижению эффективности диалогического общения. Это во многом связано с тем, что сложился новый тип медиатекста, культурная составляющая которого носит ярко выраженный неформальный характер. В связи с этим, из Интернета в официальные СМИ пришел термин «информальная журналистика» (от лат. *informais* – неформальный), которому сформулировано определение – «самодеятельное неорганизованное творчество непрофессиональных авторов по созданию информационного продукта...». В условиях конкуренции ТВ с интернет-СМИ эфирное телевидение, борясь за лидерские позиции, находится в точке бифуркации и стоит перед необходимостью выбора новой концепции

²² 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).

программной продукции, где будут учтены подход к качеству контента и его просветительская функция, включая роль адаптации культуры речи. При этом, если перед создателями медиаконтента в Третьем тысячелетии неизбежно встает задача корректировки вещательной стратегии, то у телезрителя назрела, в свою очередь, необходимость выработки умений распознавать и защищаться от языковой неграмотности. Возникает необходимость пересмотра теоретических основ и практических методов журналистской деятельности, функционирующих на принципе привлечения аудитории с обеспечением эффективной взаимосвязи по всем аспектам модели взаимодействия «эран-зритель» и признанием приоритета диалогичности как признака экранной культуры.

Заключение. В современном обществе, развивающемся в русле ведущей тенденции плюрализма мнений, где универсальным инструментарием развития диалоговых практик становится продукция экранной культуры, идеи диалога и диалогичности как важного признака коммуникативности межличностного общения нуждаются в методологическом расширении. Диалогическая специфика телевидения, позволяет этому медийному средству оставаться важнейшим каналом массовой коммуникации и выступать 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 разных, в основном телевизионных, формах экранной культуры, начинается задолго до непосредственного контакта зрителя с экраном. Диалогическая специфика ТВ превращает трансляцию аудиовизуального образа в специфический диалог зрителя с экраном. Возникает телевизионное общение, основанное на таких диалогических принципах, как *симультанность*, *интерактивность*,

антропоцентризм, персонификация и других, обеспечивают вовлечение в диалог все большее количество участников.

Изучены медиалингвистическая структура телепрограмм разговорного жанра, их смысловое наполнение, подбор героев и ведущих, включая формирование неопределенности результатов обсуждаемой проблемы, ивариативность путей ее решения. Особая ценность полемического диалога ток-шоу состоит в том, что новые смыслы рождаются непосредственно на глазах зрителей, в процессе дискуссии. 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.

В результате проведения исследования выявлено и существенное противоречие. С учетом того, что диалогичность продуктов экранной культуры, прежде всего телевизионных, служит оптимальным механизмом передачи информации и освоения личностью форм социального взаимодействия, что можно оценить как позитивный процесс в развитии экранной культуры, при помещении индивида в экранную среду актуализируется 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, популяризации 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 требования 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 выразительности, формообразования и интеграции ее содержания с запросами аудитории.

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.

По теме диссертации опубликованы следующие работы:

Издания из Перечня ведущих рецензируемых и реферируемых научных изданий ВАК:

1. Зайцева У.И. Диалогичность как понятие в контексте массовой коммуникации (историко-философский аспект) // Вестник Новосибирского государственного университета. - 2013. Т.12, Вып.10 - С. 64-73 (0,5 а. л.).

2. Зайцева У.И. Диалогичность экранных СМИ как один из ведущих факторов глобализации культурного пространства // Медиаальманах. - 2016. - № 3 (74). - С. 27-34 (0,4 а. л.).

3. Зайцева У.И. История Никиты Русских или диалогичность телепрограмм как катализатор социокультурных процессов.// Известия Уральского Федерального Университета. 2016 -№3 (153) - С 65-70 (0,4 а.л.)

Другие научные издания:

4. Зайцева У.И. Толерантность как понятие и основное свойство диалога в ток-шоу// Вестник Электронных и печатных СМИ. 2011 №15 –С.82-93. (0,5 а.л.)

5. Зайцева У.И. Диалогичность образовательных телепрограмм разговорных жанров как фактор формирования единой образовательной среды// Современная школа России. Вопросы модернизации. 2013, №4. – С.113-119. (0,4 а.л.)

Общий объем публикаций – 2,2 а.л.