СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ 5
1.1. Речевое поведение и его особенности 5
1.2. Речевое воздействие и его приемы 8
1.3. Речевые стратегии и тактики 11
1.4. Гендерные особенности в речевом поведении 20
ГЛАВА 2. СПЕЦИФИКА РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В ЖАНРЕ ТОК-ШОУ 27
2.1. История происхождения жанра ток-шоу 26
2.2. Коммуникативное поведение ведущих ток-шоу «Наедине со всеми» и «На ночь глядя» 30
1. Анализ речевых тактик и стратегий телеведущего 30
2.Анализ речевого воздействия в ток-шоу с учетом гендерных особенностей ведущего 37
ГЛАВА 3. ЭЛЕКТИВНЫЙ КУРС ПО РУССКОМУ ЯЗЫКУ 50
3.1. Программа элективного курса по русскому языку 50
3.2. Задания для элективного курса 56
ЗАКЛЮЧЕНИЕ 64
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ 67

ВВЕДЕНИЕ

Данная работа посвящена теоретическому рассмотрению понятий «коммуникативное поведение», «речевое воздействие» и его гендерных особенностей, «речевая стратегия» и «речевая тактика» и анализу этих понятий в жанре ток-шоу на примере конкретных телепередач.

Успех каждого человека, как в социальной, так и в профессиональной сфере зависит от скорости и эффективности его мышления, творческого поведения в неожиданных и непредвиденных для него ситуациях. Умение организовать свое коммуникативное поведение, учитывая при этом условия общения, значительно влияет на его результаты. Способность быстро ориентироваться в различных коммуникативных ситуациях, находить удачный путь способствует успеху. Помочь этому могут знания о речевом поведении, речевом воздействии, умение пользоваться речевыми стратегиями и тактиками для достижения поставленных целей, а так же для повышения эффективности общения, установления контакта с собеседником и избегания конфликтов.

Актуальность данного исследования обусловлена стремлением выявить особенности речевое поведение ведущих ток-шоу.

Объектом исследования является речевое поведение ведущих в жанре ток-шоу.

Предметом данного исследования являются приемы речевого воздействия, способствующие раскрытию коммуникативной цели конкретного телеведущего.

Целью данного исследования является разработка материалов к элективному курсу по русскому языку, посвященному практикам речевого воздействия в жанре ток-шоу.

Следовательно, предполагается реализация следующих **задач:**

1. Рассмотрение теоретического аспекта темы работы, понятий «речевое поведение», «речевое воздействие», «коммуникативные стратегии и тактики»;
2. Выявление гендерных особенностей в речевом поведении ведущих;
3. Выделение приемов речевого воздействия в жанре ток-шоу;
4. Выявление языковых маркёров реализации речевого поведения;
5. Разработка дидактического комплекса к элективному курса по русскому языку.

Материал данной работы послужили выпуски ток-шоу «Наедине со всеми» с Ани Лорак (26.11.2015), Владимиром Познером (29.02.2016), Филиппом Киркоровым (09.03.2016), иеромонахом Фотием (28.04.2016), Еленой Ксенофонтовой (12. 04. 2017), Дмитрием Дибровым (07. 04. 2017); Выпуски ток-шоу «На ночь глядя» с Ингеборгой Дапкунайте (02. 03. 2017), Марией Шалаевой (16. 03. 2017) и Александром Петровым (25. 04. 2017).

В работе использованы следующие методы: метод **наблюдения** при просмотре серии выпусков ток-шоу и отборе языкового материала; **описательный** при рассмотрении понятия «речевое воздействие»; **метод классификации** при систематизации выявленных приемов речевого воздействия, **проективный** при разработке заданий для элективного курса.

Практическая значимость исследования определяется возможностью использования данного материала и выводов при разработке элективных курсов по вопросам, связанным с успешным общением для учащихся общеобразовательных школ.

Новизна работы определяется тем, что в ней впервые произведен анализ речевого поведения ведущих ток-шоу «Наедине со всеми» и «На ночь глядя».

Структура работы включает в себя введение, три главы, заключение, список литературы.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

1.1.Речевое поведение и его особенности

Для нашего исследования необходимо и важно понятие «речевое поведение», которое является показателем особенностей интеллекта, ориентиром поведения коммуниканта. Речевое поведение индивидуально, оно использует те языковые средства, которые необходимы для данных коммуникативных целей. Соблюдение форм коммуникативного поведения является очень важным при работе в СМИ, особенно таких жанрах как ток-шоу.

Для достижения коммуникативных целей мы используем речевые тактики, но их набор мы определяем лишь после того, как неосознанно подметим речевые характеристики нашего собеседника, составляющие речевое поведение.

Речевое поведение является центральным понятием в нашей работе. К изучению данного понятия среди современных исследователей существует несколько подходов, рассмотрим некоторые из них.

Т. Г. Винокур говорит, то *«речевое поведение предстает как визитная карточка человека в обществе, отражающая регулярное взаимодействие лингвистических и экстралингвистических факторов»* [Винокур, 1993, с. 29].

Так, Е. В. Клюев в своей работе речевое поведение понимает как *«совокупность конвенциональных (осуществляемых в соответствии с принятыми правилами) и неконвенциональных (осуществляемых по собственному произволу) речевых поступков»* [Клюев, 2002, с. 15].

Р. В.Пазухин дает следующее определение речевому поведению: *«… речевые поступки индивидуумов в предлагаемых обстоятельствах, отражающих специфику языкового существования данного говорящего коллектива в данном общественном устройстве»* [Пазухин, 1979, с. 47].

Таким образом, под речевым поведением мы будем понимать *речевые поступки коммуникантов в определенной коммуникативной ситуации, сформированные на основе общих правил и индивидуальных особенностей.*

М. Н. Володина отмечает основные условия для совместного взаимодействия людей:

1. Наличие у собеседников общей цели, хотя бы кратковременной. Общая цель должна присутствовать, даже если конечные цели участников коммуникации различны;
2. Доведение коммуникации до логического заключения;

Эти условия М.Н. Володина обозначает «принципом кооперации», т.е. правила взаимодействия, при которых участники коммуникации действуют в рамках определенной цели и теме общения.

И. П. Грайс вслед за Кантом выделяет четыре категории постулатов (максим), соблюдение которых сделает коммуникацию более успешной:

1. Правило количества – высказывание должно составлять столько информации, сколько необходимо для текущей цели;
2. Качества – высказывание, по возможности, должно быть правдивым;
3. Релевантности – высказывание должно соответствовать предмету разговора;
4. Ясности – высказывание не должно содержать непонятных для собеседника слов [Грайс].

В. М. Березин, опираясь на «принцип кооперации», в своей работе отмечает следующие условия успешной коммуникации:

1. Объем информации должен зависеть от цели коммуникации;

2. Информация должна быть достоверной, необходимо избегать непроверенного сообщения;
3. Сообщение должно соответствовать предмету разговора, т.е. быть релевантным;
4. Сообщение должно быть ясным, необходимо исключать непонятные, сложные, многословные высказывания.

Тем не менее наша обычная речь наполнена отступления от тех или иных правил коммуникации, но несмотря на это собеседники приходят к взаимопониманию.

Коммуникация не может существовать без какой-либо цели, в любой ситуации мы ждем от общения какого-то результата. Для достижения наших целей мы продумываем свое общение, строим нашу речь так, чтобы получить от собеседника то, ради чего происходит коммуникативный акт.

Особое значение в социальном взаимодействии играет речевое воздействие, речевые стратегии и тактики. От нашего коммуникативного поведения будет зависеть то, каким образом мы будем воздействовать на нашего собеседника, какими стратегиями и тактиками будем пользоваться для достижения нашей коммуникативной цели.

Являясь участником коммуникации мы, чаще всего неосознанно, обращаем наше внимание на те речевые характеристики собеседника, которые позволят нам оценить его индивидуальность, спланировать тактики нашего поведения и интересующие нас цели. И.Г. Родченко в своей работеотмечает, что планирование коммуникации зависит от закономерностей, проявляющихся в речевом поведении людей [Родненко, 2013, с. 79].

Автор делает вывод, что, несмотря на индивидуальность каждого из нас, существуют некие общие качества, позволяющие выделить типичные черты речевого поведения, и приводит классификацию:

1. *«Системщики»* - отличаются тщательным отношением к подготовке речи. Их примеры конкретны, цитаты точны, наблюдается обилие фактов, цифр. Речь представителей данного типа спокойна, часто суха и невыразительна, шутки и метафоры встречаются крайне редко в их речи. Но несмотря на хорошую подготовку, данный тип может потерпеть неудачу, если не будет следовать четкому алгоритму действий, отвлекаться во время выступления.
2. *«Мыслители»* любят рассуждать вслух, но выступление их лишено легкости и изящества, отсутствует артистизм. Данный тип склонен к использованию наглядных материалов, не заботятся о впечатлении, которое они могут произвести на окружающих.
3. Отличительная черта *«поэтов»* - богатый словарный запас и развитое чувство языка. Хорошо владеют метафорами, гиперболами, аллегориями, и другими изобразительно-выразительными средствами языка. Сложностью «поэтов» являются рамки жесткого плана работа с информацией.
4. *«Вожди»* - энергичные, воодушевляющие ораторы. Данный тип строит свое выступление на обилии безупречной аргументации и яркости жизненных примеров. Но выступление может быть неудачным, если оно неинтересно самому оратору.

В жанре ток-шоу ведущий является показателем культуры собственного речевого поведения, он является объектом оценки телезрителей.

1.2. Речевое воздействие и его приемы

Речевое воздействие позволяет людям лучше владеть и управлять своей речью и, следовательно, достичь успеха в различных сферах деятельности. Рассмотрим само понятие речевое воздействие, как его определяют ученые и исследователи.

Все исследователи отмечают, что речевое воздействие рассматривается ни какой-то определенной наукой, а рядом дисциплин: И. А. Стернин говорит о совокупности таких наук, как лингвистика, психолингвистика, риторика, психология, социология и т.д.; В. С. Третьякова – о взаимосвязи лингвистики и когнитивной науки. О. С. Иссерс говорила, что «отдельные стороны и аспекты процесса речевой регуляции поведения человека интенсивно исследуется и лингвистами, и психологами, и представителями других смежных дисциплин, ориентированных на человека говорящего» [Иссерс, 2008, с. 20-21]. Конечно, мы не можем с этим не согласиться, так как лингвистика связана со многими науками. Именно поэтому отечественным и зарубежным исследователям наиболее эффективным кажется когнитивный подход при описании базовых категорий речевого воздействия.

Посмотрим, как исследователи объясняют само понятие «речевое воздействие».

И. А. Стернин дает следующее определение: *«Речевое воздействие – это воздействие на человека при помощи речи и сопровождающих речь невербальных средств для достижение поставленной говорящим цели»* [Стернин, 2007, с. 5]. Автор утверждает, что способы и приемы данного явления изучает наука об эффективном общении – речевое воздействие, которая состоит из риторики, межличностного общения и рекламы. Нас будут интересовать в большей мере отрасли рекламы и межличностного общение, так как именно они рассматривают эффективность публичной речи, эффективное общение в ходе речевого контакта между людьми.

И. А. Стернин рассматривает два основных способа речевого воздействия: вербальный и невербальный. Нас будет интересовать вербальный способ, при котором важно, как и что мы говорим. При вербальном речевом воздействии мы выбираем, с помощью каких языковых средств выразить свои мысли, а также как выразить саму речь.

Н. Миронова говорит о речевом воздействии, как о воздействии на сознание и поведение, которое осуществляется разнообразными речевыми средствам [Миронова, 2009, с. 112-117]. Автор считает, что у каждого человека есть некий барьер, который можно преодолеть с помощью инструментов речевого воздействия, которые в первую очередь проявляются в фоносемантике. К таким инструментам она относит аллитерацию и ассонанс, просодические средства (интонация, регистры голоса, фонации, темп речи), слова и словосочетания, обращения, эвфемизмы, художественно-выразительные средства, синтаксис и диалогизация).

Для В. С. Третьяковой речевое воздействие – это *«регуляция деятельности одного человека другим при помощи речи»* [Третьякова, 2000, с. 82-93], она выделяет речевое воздействие в широком и в узком смысле. В широком смысле - любое целенаправленное речевое общение, а в узком – общение в системе средств массовой информации, что нас и будет интересовать.

О. С. Иссерс утверждает, что в подавляющем большинстве «речевое воздействие» - *это речевое общение, взятое в аспекте его целенаправленности, мотивационной обусловленности* [Иссерс, 2008, с. 21].

На основе рассмотрения разных точек зрения исследователей, можно сделать вывод о том, что *речевое воздействие – это некое целенаправленное воздействие на коммуникативного партнера посредством вербальных средств.*

Вербальное общение и речевое воздействие точно могут быть описаны в виде моделей, построены на субъектно-объектных связях. Процесс речевого воздействия связан с некой целью субъекта речевого воздействия на объект коммуникации. Коммуникативной целью речевого воздействия является использование средств, которые будут иметь наибольшую эффективность в решении поставленной цели. «Быть субъектом речевого воздействия – значит регулировать деятельность своего собеседника при

помощи речи», «Быть объектом речевого воздействия – значит испытывать на себе влияние других, которое осуществляется в вербальной форме» [Иссерс, 2011, с. 24]

Л. Л. Федорова выделяет такие типы речевого воздействия, как социальный, волеизъявление, разъяснение и информирование, оценочный и эмоциональный [Федорова, 1991]. Автор говорит, что в социальном типе как таковой передачи информации нет, но происходят некие социальные акты, такие как приветствие, клятва и т.д. Волеизъявления направлены на то, чтобы коммуникативный партнер выполнил желание говорящего, что может быть выражено в форме приказов, просьб, советов и др. Разъяснения и объяснения представляют собой сообщения, доклады, признания. Оценочный и эмоциональный тип установлен на морально-правовые и субъектно-эмоциональные отношения (похвала, угроза, оскорбление).

В работах Лакоффа, О. С. Иссерс и В. С. Третьякова мы видим понятия двух типов коммуникации: обычный разговор и персуазивный дискурс. «Обычный разговор – это равноправная коммуникация партнеров, персуазивный – неравноправная, в которой осуществляется целенаправленная попытка воздействия одного из коммуникантов на другого» [Третьякова, 2000, с. 85]. Третьякова выделяет наиболее интенсивные речевые акты: приказ, просьба, рекомендация, обвинение, оскорбление и т.д.

1.3. Речевые стратегии и тактики

У общества стал возникать интерес к знаниям закономерностей человеческого общения, которые будут включать психологические, социальные и этнокультурные характеристики. Раньше на вопросы данного характера могла ответить только психология. Однако с течением времени лингвистика расширила круг своих исследований, включив в него все

аспекты речевой деятельности и речевого взаимодействия. Для человека стратегическое и тактическое планирование речевых действий – осознанная задача.

О. С. Иссерс в монографии «Коммуникативные стратегии и тактики русской речи» пытается подняться над интуитивными представлениями об этих процессах и наметить теоретический базис для описаний стратегий и тактик речевого воздействия. Это достигается за счет прагматического подхода к анализу коммуникации, который основывается на изучении функционирования языка в коммуникативном контексте. Прагматический подход позволяет объединить исследования в разных областях гуманитарных знаний, дает возможность для обогащения концепций, гипотез и методов. Иссерс считает возможным выделить стратегический подход как особый тип прагматического описания дискурса.

Сейчас можно найти значительное количество работ, которые посвящены проблемам речевого воздействия как в России, так и за рубежом. Однако очень частое употребление понятий «коммуникативная стратегия» и «тактика» делает необходимым определить **предпосылки для изучения этого языкового феномена**. Вслед за О. С. Иссерс представим их развернуто [Иссерс, 2008, с. 52-54]**:**

1. *Коммуникативные,* при которых речевое поведение имеет несколько вариантов, т. е. решить коммуникативные задачи можно несколькими путями. Коммуниканты сами корректируют свои действия в зависимости от обстоятельств.

К ним относится, например, наблюдение Принципа Кооперации (по Грайсу), при котором каждый должен стараться придерживаться правил, но, тем не менее, человек стремиться воздействовать на своего собеседника, навязать ему свою точку зрения и т. д.

2. *Когнитивные* – те, которые могу быть описаны как совокупность процедур над моделями мира участников ситуации. В данном случае речь

может идти о формировании и преобразовании базовых когнитивных категорий, которыми человек руководствуется в своей повседневной жизни. Следовательно, существуют специфические категории, регулярно представляемые в текстах коммуникации, при которой реализуются попытки речевого воздействия одним из коммуникантов на другого.

3. *Лингвистические* предполагают, что выбор одного из вариантов не может быть в большинстве случаев случайным и определяется стратегической либо тактической задачами.

4. *Социологические и психологические.* Некоторые мотивы поведения относятся к области социальных конвенций и психических особенностей личности.

5. *Риторические* влияют на речевое планирование. Это находит отражение в существовании специальных тактических приемов, например, привлечение или отвлечение внимания, фокусирование и др. Цель их – оптимизация речевого воздействия.

6. *Эстетические* связаны с тем, что существует разное эстетическое удовольствие говорить косвенно, непрямо, так как это попросту скучно.

Разные исследователи по-своему трактуют понятие речевых стратегий и тактик. Так, О. С. Иссерс дает следующее определение*: «В самом общем смысле речевая стратегия включает в себя планирование процесса речевой коммуникации в зависимости от конкретных условий общения и личностей коммуникантов, а также реализацию данного плана»* [Иссерс, 2008, с. 54].

Е. В. Клюев для определения понятия «коммуникативная стратегия» считает необходимым обращение к таким понятиям, как коммуникативная цель, коммуникативное намерение, коммуникативная задача, коммуникативная интенция, коммуникативная тактика, коммуникативная перспектива, коммуникативный опыт и коммуникативная компетенция.

Он определяет коммуникативные стратеги следующим образом: «используя коммуникативную компетенцию, говорящий ставит перед собой

коммуникативную цель и, следуя определенной коммуникативной интенции, вырабатывает коммуникативную стратегию» [Клюев, 2002, с. 18]. Под «Коммуникативной стратегией» он подразумевает совокупность запланированных говорящим заранее и реализуемых в ходе коммуникативного акта теоретических ходов, направленных на достижение коммуникативной цели.

Т. В. Матвеева дает определение «речевой стратегии» следующим образом: «Речевая (коммуникативная) стратегия – мыслительный план общения, а далее организация последнего в соответствии с этим планом, направленные на достижение цели говорящего. На доречевом этапе связана с мотивом и целью речи, прогнозированием конечного результата общения» [Матвеева, 2014, с. 4]. На речевом этапе предполагает ряд целесообразных действий, в числе которых отбор содержательных единиц речи, выбор нужного типа речевых тактов, выстраивание определенной последовательности речевых действий. По ходу общения наличие речевой стратегии предполагает отслеживание намеченного движения к цели и контроль своей и чужой речи с этой точки зрения.

Под «речевой тактикой» же автор понимает «речевой акт, представляющий собой конкретный этап на пути достижения цели общения». Тактика – это средство осуществления, шаг речевой стратегии.

Рассмотрев определения понятия «речевая стратегия», можно сделать вывод о том, что оно толкуется неоднозначно. Но, несмотря на различия, все исследователи отмечают, что стратегия – это мысленный план общения, который способствует наилучшему решению поставленных задач.

Дейл Карнеги в своей книге «Как завоёвывать друзей и оказывать влияние на людей» утверждает, что людям для достижения успеха мешает страх и неуверенность, поэтому он поставил перед собой цель: помогать другим людям добиваться успеха.

Карнеги вводит понятие ассертивности – навыка общения, составляющего основу любого успешного взаимодействия с другими людьми. «Под ассертивностью подразумевается умение уверенно и убедительно выразить свою точку зрения, выдвинуть разумные требования и в целом настоять на уважении своих прав как достойной и ценной личности» [Карнеги, 2012, с. 13]. Автор выделяет четыре типа личности, с которыми мы можем столкнуться: чемпион, тайный агент, трудяга, головешка. Опираясь на данные типы, Карнеги, можно говорить о приемах и способах общения с людьми.

Рассмотренные нами определения понятия «речевая тактика» являются неоднородными в своем понимании. Но, несмотря на различие точек зрения, можно выделить: речевая тактика представляет собой когнитивный план, с помощью которого контролируется самое оптимальное решение поставленных коммуникативных задач. Тактики предполагают мотивы, потребности и установки коммуниканта. Степень же осознанности зависит от уровня развития и психологической культуры человека. Чтобы привести слушающего к нужному решению, говорящий в процессе взаимодействия старается управлять интеллектуальными и эмоциональными процессами слушающего.

Изучив литературу, можно сделать вывод, что ни один из названных выше исследователей не представляет полной и точной классификации речевых тактик. Попробуем обобщить работы разных исследователей.

Д. Карнеги выделяет пять навыков межличностного взаимодействия:

1. *Уверенное налаживание контакта*, включающее в себя два ключевых качества: уверенность в себе и умение находить общий язык с собеседником. Для настойчивости и уверенности в себе необходимо: владеть фактами, относящиеся к данной ситуации, уметь воспользоваться ими в любую минуту; спрогнозировать поведение коммуниканта и заранее продумать свою реакцию; подготовить правильные вопросы («Какие доказательства вы

можете привести в пользу своих утверждений?»). Установление контакта, по мнению Дейла Карнеги, - ключевой фактор плодотворного общения. Важную роль в налаживании контакта играет улыбка, комплимент, также важно выражать свои мысли четко, убедительно и дипломатично [Карнеги, 2012, с. 52-70].

2. *Конструктивная любознательность*, которая состоит из таких элементов, как превращение процесса познания в эмоциональный опыт; видение себя учеником и просителем одновременно; умение внимательно и активно слушать; абстракция от собственных потребностей («Знаете ли свою родословную?», «Где Вы живете, нравится ли Вам это место?», «Если бы у Вас была волшебная палочка и право на одну перемену, что бы Вы пожелали?»); быть хорошим рассказчиком; чувствовать юмор; понимать, какая информация необходима собеседнику; добиваться институциональной поддержки; создавать атмосферу праздника [Карнеги, 2012, с. 95].

3. *Уверенное изложение своих идей*, для этого необходимо, чтобы идея была правильно понята, самому понимать чужую идею и контролировать ход беседы. Карнеги рассматривает пять инструментов коммуникации: фактическая информация, Ваше отношение к этим фактам, Ваши выводы, Ваши пожелания, положительные последствия [Карнеги, 2012, с. 207].

4. *Честолюбие*, а именно, как добиться чего-то желанного или запланированного. Для этого нужно преодолевать страхи, уважать себя и окружающих.

5. *Конструктивное разрешение конфликтов*.

Т.В. Матвеева выделяет следующие ***речевые стратегии:***

1. *Информативная*, при которой целью говорящего является информировании своего собеседника;

2. Стратегия *воздействия* (модальная) имеет цель выразить личные оценки, эмоции, психические намерения говорящего;

3. *Регулятивная,* цель – намерение изменить поведение речевого партнера;

4. *Фатическая* связывает цель с гармонизацией жизненных ритмов, общением как самостоятельной гуманитарной ценностью;

5. *Диалоговая* – контроль и корректировка своего и чужого поведения во время общения [Матвеева, 2014, с. 4].

О. С. Иссерс утверждает, что классификация речевых стратегий зависит от избранного основания. Автор с функциональной точки зрения предлагает следующую классификацию [Иссерс, 2008, с. 108]:

Типы речевых стратегий			
Основные	*Вспомогательные*		
Семантические (когнитивные)	Прагматические	Диалоговые	Риторические
Дискредитация, Подчинение, …	Построение имиджа, Формирование эмоционального настроя,	Контроль над темой, Контроль над инициативой, …	Привлечение внимания, Драматизация, …

Как правило, к основным речевым стратегиям относят те, которые связаны с воздействием на собеседника, его поведение, систему ценностей и т.д. Они наиболее значимы с точки зрения иерархии и целей.

Вспомогательные речевые стратегии способствуют оптимальному воздействие на собеседника, эффективной организации диалога.

Семантические стратегии соотносятся с целями воздействия, а все остальные – с второстепенными целями.

Исследователь выделяет и речевые стимулы, которые могут воздействовать на поведение, образ мыслей (картину мира) и шкалу ценностей. К первым могут относиться тактики совета, угрозы,

предостережения, подчинения (например, уговоры, просьба, приказ) и т.д. Говорящему предоставляется выбрать сильные или слабые импульсы воздействия на партнера. Воздействие на представление ситуации может идти по различным направлениям, выбор которых определяется постановкой вопросов: было ли вообще то или иное событие, что именно было, с кем, как, его причины и возможные последствия и т.п. К данному типу воздействия можно отнести тактики усложнения и редукции. Воздействие на шкалу ценностей осуществляется такими тактиками, как дискредитация, упреки, обвинения, оправдания и т.д. Эффективными приемами в данном случае будут являться ссылки на авторитеты, различные апелляции.

М. Н. Ким приводит следующую ***классификацию речевых тактик:***

1. *Проективные тактики*, суть которых заключается в том, что человеку предоставляются неопределенные, неоднозначные стимулы, которые испытуемый должен развивать и дополнять. К ним относятся:
    1) Свободные ассоциации – вызывают у собеседника различного рода образные представления, выходящие за рамки стереотипных («Представьте себе…», «А если…», …);
    2) Персонификация – побуждение человека, с одной стороны, переложить свои мысли, чувства, переживания на другого человека, с другой стороны – самому попробовать почувствовать чужие психологические реакции и состояния («Какие чувства Вы бы испытали на месте…»);
    3) Моделирование ситуаций и сценариев – используется при неоднозначных ситуациях («Если бы что-то случилось…»):
    4) Завершение вербальных или визуальных комплексов – помогают получить более непосредственную реакцию на данное явление. («Если бы Вам пришлось делать …, как бы Вы поступили?»);
        1) Аналогии – сопоставление одного с другим.

2. *Установление контакта с собеседником,* которое включается в себя вопросы, направленные на налаживание речевого взаимодействия. Как правило, вопросы заданы в доброжелательной форме, вызывающие заинтересованность со стороны собеседника. За счет них можно узнать важные аспекты общественной жизни коммуниканта, выделить черты его личности, проявить интерес и т.д.

3. *Воздействие на собеседника* – это вопросы, побуждающие человека к чему-либо («Как Вы сами определяете свое амплуа?»), вызвать реакцию собеседника на что-либо, вызвать воспоминания, спровоцировать на откровенный разговор и т.д.

4. *Провокационные вопросы* - вопросы, которые таят в себе некий скрытый смысл, чтобы поставить собеседника в затруднительное положение.

5. *Воздействие на собеседника с целью полного раскрытия темы*, в котором сначала устанавливается психологический контакт (деталь биографии, новости из сферы собеседника и др.) и ввод в курс темы разговора, далее происходит рассуждения по данной тематике с помощью разнообразных приемов.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что любое высказывание определяется установкой говорящего и коммуникативным контекстом, который воздействует на выбор той или иной речевой тактики. Коммуникативная стратегия же является совокупностью действий, направленных на достижение поставленной коммуникативной цели, а речевая тактика – это конкретные способы реализации цели.

Итак, единой классификации коммуникативных стратегий и тактик среди исследователей нет, что, по мнению О.С. Иссерс, зависит от многообразия самих коммуникативных ситуаций. Но, несмотря на это, все исследователи отмечают, что стратеги – это план общения, которых реализуется с помощью конкретных речевых тактик.

В качестве базовой классификации мы будем рассматривать классификации М. Н. Кима и О. С. Иссерс. В данной работе при систематизации тактических приемов мы опираемся именно на них.

1.4. Гендерные особенности в речевом поведении

С XX века стала расширяться связь лингвистики с другими науками (социологией, психологией), и как следствие стали появляться междисциплинарные исследования. В 1953 году возникает психолингвистика, основоположниками которой являются Ч. Осгуд и Дж. Кэрролл. Они утверждали, что «не только язык, но и каждый отдельный акт речи и понимания речи не простая, но, напротив, сложная психофизиологическая функция…» [Леонтьев, 2003, с. 30].

До появления парадигматического подхода в лингвистике индивидуальные различия не исследовались, но с ее появлением в 1970-х годах стало акцентироваться внимание на способах языкового выражения, стратегиях и тактиках говорящего для достижения им определенных целей. В современной лингвистической парадигматике большой интерес представляют гендерные параметры коммуникантов. Т.Г. Копанева отмечает, что «Исследование механизмов гендерной коммуникации, ее структуры и роли в современном обществе позволяет использовать результаты данного исследования в качестве выработки практических способов, форм и технологий эффективного ведения социального диалога» [Копанева, 2003, с. 15].

«В лингвистике понятие «гендер» соотносится с конструируемыми в языке и закрепленными в сознании его носителей образами, качествами и

характеристиками поведения, а также с совокупностью атрибутов, которые приписываются мужчинам и женщинам в определенном социокультурном сообществе» [Картушина, 2003, с. 26].

Е. А. Картушина выделяет три направления гендерного аспекта в современной лингвистике, которые взаимосвязаны между собой [Картушина, 2003, с. 30]:

1. Социолингвистические гендерные исследования, целью которых является моделирование коммуникативного поведения мужчин и женщин.

2. Психолингвистические гендерные исследования, которые связаны с совокупность ассоциаций «мужественности» и «женственностью» в сознании носителей языка.

3. Лингвокультурологические гендерные исследования, отвечающие за представления о мужчинах и женщинах.

Учеными исследуются такие гендерные особенности речи, как лексический состав, обращения, комплимент и т.д. По опубликованным данным о специфике употребления вводных слов: для мужской речи более характерны вводные слова, имеющие значение констатации (конечно, очевидно, женская же речь специфична модальными конструкциями, выражающими разную степень неуверенности (может быть, по-моему, по-видимому). Также характерными признаками мужской речи является избыток абстрактных существительных, однообразие лексических средств передачи эмоций, по мнению Т.А. Гомон. Женской речи более характерны эвфемизмы, стилистически повышенные формы, клише, книжная лексика [Кирилина, 1999, с. 60].

При сопоставительном анализе коммуникативного поведения мужчин и женщин можно обнаружить гендерно маркированные признаки.

Опираясь на работу Е.Ю. Гетте «Речевое поведение в гендерном в аспекте: проблемы теории и методики описания», введем и дадим определения необходимым понятиям: [Гетте, 2004]

1. *Коммуникативное поведение* – это поведение личности в процессе общения, регулируемое нормами и традициями общения данного социума.

2. *Гендерное коммуникативное поведение* – это поведение человека в процессе общения, регулируемое гендерными стереотипами и коммуникативными нормами и традициями, соответствующими социальной гендерной роли.

3. *Принципы гендерного коммуникативного поведения* – основные правила, которыми руководствуются мужчины и женщины в процессах коммуникации.

4. *Гендерная роль* – разновидность социальной роли, поведение человека, обусловленное его гендерной принадлежностью.

Опираясь на исследование Гетте, выделим критерии сравнения женского и мужского гендерного поведения, на основе которых будем производить анализ речевого поведения ведущих-мужчин и ведущих-женщин:

1. Установление контакта:

1) *приветствие* – мужчина игнорирует вербальное приветствие, он может заменить его формулами коммуникативного контакта с целью экономии речевых усилий. Вместо вербального приветствия могут быть использованы невербальные сигналы, молчание, сообщение о факте, вопрос по сути дела, реплика, задающая суть дела, издевка над собеседником, извинения и т.д.

Женщина обычно использует речевые формы приветствия: доброжелательное приветствие, извинение вежливый вопрос и т.д.

2) *настрой собеседника* – женщины использует вербальные формы, мужчины часто упускают данный этап, либо используют: речевые штампы («у меня новости, …). Женщины на данном этапе сообщают о своей эмоциональной реакции, приводят пример из личного опыта, говорят о своих интересах, напоминают окончание предыдущего разговора и т.д.

3) *планирование общения* – мужчины планируют коммуникацию с целью экономии времени: предупреждают о разговоре,

4) *возможность предварительного этапа общения* – сбор информации о собеседнике, о предмете разговора. Мужчины собирают информацию посредством посредников, вербальных средств общения. Женщины считывают информацию по невербальным сигналам, выделяют информацию о собеседнике в процессе общения.

5) *настойчивость* – мужчины настойчивы, даже если собеседник реагирует негативно, женщина – не настойчива, если собеседник не расположен.

2. Поддержание коммуникативного контакта:

1) *поддержание контакта в деловом общении:* мужчины используют укрупнение собеседника посредством комплиментов на фоне самокритики, женщины – зеркальное отражение темпа и ритма речи, выбор точных слов.

2) *умение поддержать контакт в фатическом общении:* мужчины говорят приятным голосом, используют смягченные интонации. Вводят элемент интриги, женщины – предлагают интересующую собеседника тему разговора, деликатно корректируют беседу.

3) *поддержание контакта в общении «по душам»:* мужчины распределяют роли коммуникации с позиции доминирования-подчинения, женщины - выражает положительные эмоции, поддерживает и понимает, вербализует желания собеседника, позитивно оценивает его поведение.

4) *захват внимания в проблемной беседе:* цитируя кого-либо мужчина называет людей, которые сыграли для него большую роль, приводят цитаты из драматургии, песенной лирики, художественной прозы, биографии знаменитых людей приводят афоризмы философов и ученых, цитируют документы, СМИ; активно используют анекдоты, поговорки. Женщины предпочитает цитировать знакомых ей лиц, ей характерна прямая передача слов третьего лица. Характер выхода из коммуникации Женщины цитируют русские народные сказки, пословицы и поговорки, молитв.

5) *толерантность к молчанию:* для мужчин молчание часто необходимый и содержательный компонент общения, для женщин – это ситуация неудобства.

3. Характер выхода из коммуникации: мужчины чаще, чем женщины прерывают коммуникацию, выражается это в форме отрицательного императива («говори»), императива-приказа, отрицательных конструкций («я не хочу»). Женщины, наоборот, используют положительный императив («хватит»), модальную конструкцию («тебе надо»), демонстративное молчание, что является специфическим женским способом.

1) *плавность выхода из коммуникации:* мужчины говорят в данном случае только необходимое, в то время как женщины используют дополнительные средства (пожелания, благодарность).

2) *перебивание собеседника:* для мужчин характерна частотность и многофункциональность перебивания собеседника.

3) *длительные паузы:* в процессе речевого общения мужчинам характерно более частое употребление пауз, чем у женщин.

4) *прощание:* мужчины часто игнорируют формулы прощания, женщины иногда сопровождают их речевыми императивами.

4. Коммуникативная самоподача:

1) *самопрезентация:* универсальным представлением у мужчин является представление по фамилии, они предпочитают деловой стиль самопрезентации. Для женщин приоритетным является представление по имени, что способствует неофициальному общению.

2) *демонстрация личных успехов:*самопохвала чаще используется мужчинами, что связано с потребностью укрепления коммуникативной позиции. Отказ от похвалы у женщин может быть связан с суеверными предубеждениями.

3) *самокритика:* мужчины и женщины в одинаковой мере используют самокритику, однако цели их дифференцированы. Мужчины используют

самокритику как прием речевого воздействия в целях убеждения или разубеждения собеседника, женская самокритика – это раскаяние, которая сочетается с искренней жалостью к собеседнику.

5. Обсуждение разногласий:

1) *категоричность общения* – мужчины в процессе обсуждения разногласий более категоричны, чем женщины. Мужчины используют более широкий спектр средств категоричности: утверждение или отрицание в прямой форме; прямой вопрос; повторение отрицательной конструкции. Можно выделить речевые штампы категоричности, выражаемые мужчинами: «это мой принцип…», «полностью уверен в том, что…», «почему вы…» и т.д. Женская речь более мягкая, категоричность выражается с помощью косвенных форм, но, тем не менее, могут быть использованы обобщающие характеристики лиц, условные конструкции, императивы, штампы.

2) *эмоциональный спор* – мужчины более сдержаны в проявлении эмоций во время спора, женщины же нуждаются в эмоциональном споре (алогичность реплик, ряд вопросов, не требующих ответов).

3) *готовность к критике собеседника* – критериями женской критики являются моральные оценки, мужскими критериями – работоспособности. Мужчины акцентируют свое внимание на профессиональных и этических чертах характера собеседника, женщины – характер, внешний вид собеседника.

4) *средства коммуникативного доминирования*: мужчины используют коммуникативную активность, демонстрацию эрудиции, прямое и открытое выражение своего мнения, демонстрация заботы и т.д. Наиболее частотные женские средства: высказывание собственных желаний, дают советы, критикуют собеседника и т.д.

5) *соотношение прямых и косвенных форм:* женщины чаще употребляют косвенные формы (1 лицо, множественное число), а мужчины – прямые формы регулятивов (2 лицо, единственное число).

6. Тематическая направленность общения:

1) *профессиональная тематика* – доминантна для мужского пола;

2) *проблемы личной жизни* – у мужчин наблюдается стратегия ухода от данной тематики, у женщин эта тема является доминирующей;

3) *обсуждение третьих лиц* – для мужчин это периферийная тема, объектом обсуждения являются знаменитые люди, данная тема - прелюдия к разговору о делах. Для женщин обсуждение третьих лиц – ядерная тематика, говорят женщины чаще о знакомых;

4) *проблемы общественной жизни* – ядерная тема мужчин;

5) *бытовые темы* воспринимаются мужчинами негативно, в то время как у женщин они обладают большой силой, используемой для достижения какой-либо коммуникативной цели;

6) *объем общения:* мужской диалог очень краток, женщины стремятся к максимально полному изложению информации, следовательно, диалоги развернутые.

ГЛАВА 2. СПЕЦИФИКА РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В ЖАНРЕ ТОК-ШОУ

2.1. История происхождения жанра ток-шоу

Ток-шоу (от англ. *talk* – говорить, беседовать и *show* – демонстрация, показ) – это жанр телепередач с обсуждением какого-либо вопроса с участием приглашенных в студии зрителей, нацеленный так же на телеаудиторию. Отличие жанра ток-шоу от интервью заключается в использовании игровых элементов, бытовом характере тематики и наличием аудитории в студии, участвующей в беседе.

Жанр ток-шоу возник в 60-х годах XX века на американском телевидении, создателем был журналист Фил Донахью. Для привлечения внимания телезрителей Донахью делал упор на скандальных проблемах, обсуждаемых в телеэфире.

К концу 80-х годов данный жанр стал весьма популярен, на каждом телеканале существовало свое ток-шоу, как правило, носившее скандальный характер.

В России же телезрители познакомились с ток-шок Фила Донахью лишь в 1986 году. У истоков развития этого жанра в нашей стране стояли В.В. Познер, Э.М. Сагалов, Т.В. Максимова, В.Н. Листьев и др. Российские ток-шоу обладали национальной самобытностью, обсуждали актуальные вопросы современности.

Автором многих российских ток-шоу был В.В. Познер, его телепередачи отличались эрудицией, тактом, доброжелательностью ведущего, но в то же время сильной волей и четкой целью.

Таким образов, историю жанра ток-шоу в России можно разделить на следующие этапы:

1. 1980-е – 1991 года – наличие национальной самобытности, обсуждение актуальных вопросов;
2. 1991-1993 – настоящее время – ток-шоу являются кальками западных телепередач.

В основном под термином «ток-шоу» подразумевают любую телепередачу, имеющую разговорный характер, с чем согласны исследователи Н.В. Вакурова, и Л. И. Московкин. Они отмечают, что ведущий должен обладать умом, обаянием, умением заинтересовать, юмором, пластикой и т.д.

Под ток-шоу в своем исследовании мы будем понимать телевизионный жанр, построенный на вопросно-ответной форме с участием ведущего, зрителей и гостей программы.

Речевое поведение ведущего ток-шоу ориентировано на массовую аудиторию, ее интересы, мнение и ценности. Речь телеведущего построена с учетом диалоговой, риторической, прагматической и др. коммуникативных стратегий. Стратегии зависят от целей и задач, поставленных ведущим, выбором тематики для обсуждения, ее развития, поддержания диалога, выражения своей точки зрения и др.

Жанр ток-шоу на телевидении может быть представлен следующими ***видами:***

1. *Политический* – обсуждение политической ситуации страны, мира, анализ законов и т.п.
2. *Социальный* – обсуждения общественных проблем: наркомания, курения, алкоголизм и т.п.
3. *Бытовой* – воспитания детей, обустройство дома и т.п.

4. *Гендерный* – использование общепринятых норм и правил поведения людей в конкретной социально-культурной ситуации, отклонение от этих норм.

Н. В. Вакурова выделяет такие ***разновидности ток-шоу*** как:

1. *Телемост* – разговорный вид жанра ток-шоу, построенный на противопоставлении разных аудиторий, как правило, географически удаленных друг от друга.

2. *Теледебаты* – разновидность ток-шоу, включающий в себя элементы интервью, дискуссии, репортажа с использованием зрелищной предвыборной конкуренцией кандидатов. Теледебаты делают необходимым кандидатам конкретизировать, персонифицировать предлагаемую программу, позволяют зрителям структурировать свои знания.

3. *Беседа* представляет собой диалог или полилог, часто с использование видео- и фотодокументов (в коротких сюжетах).

4. *Дискуссия* – обычно полилог с участием телеведущего и двух и более представителей иных точек зрения на какую-либо общественно-значимую проблему.

Таким образом, жанр ток-шоу сравнительно молодой на российском телевидении, но, несмотря на это, включает в себя множество видов. Ток-шоу, прежде всего, имеет разговорный характер, следовательно, участие ведущего и его грамотное использование речевых тактик важно для проведения передач данного типа.

«Наедине со всеми» - популярное ток-шоу, которое выходит на Первом канале. Первый выпуск передачи состоялся 14 октября 2013 года на Первом канале. Ведущей и автором является российская актриса театра и кино, Юлия Меньшова, продюсером – Илья Кривицкий.

Передачу «Наедине со всеми» можно определить как беседа, программа – интервью, которое Юлия Меньшова берет у своих гостей. «Наедине со всеми» можно сравнить с популярным американским ток-шоу «Эллен: Шоу Эллен ДеДженерис». Знаменитая актриса и телеведущая Эллен ДеДженерис также приглашает в свою студию известных актеров, певцов, спортсменов, но все же отличается от российского ток-шоу «Наедине со всеми». Цель Эллен – поставить своих гостей в неловкое положение, наполнить передачу шутками, розыгрышами. Юлия Меньшова, как утверждает она сама, создает психологический портрет своего гостя через призму наиболее известных, серьезных и важных событий его жизни. Свою задачу она видит в том, чтобы поймать суть человека, которая заключена в его чувствах, а не в словах.

Перед каждой передачей Юлия изучает биографию своего героя, ищет всевозможную информацию о нем, и на основе этого пытается понять, что интересует зрителя о данном герое.

Ток-шоу *«На ночь глядя»* выходит на «Первом канале» с 19 июня 2006 года в довольно позднее время, в 00.25. Ведущими являются Борис Берман и Ильдар Жандарёв, которые уже имели опыт совместного ведения ток-шоу. С 2001 по 2003 год Ильдар Жандарёв и Борис Берман были соведущими программы «Без протокола». Каждый ведущий имеет свою роль в ток-шоу: «один из них – слегка благодушный романтик, а другой, напротив, несколько желчный скептик». На ток-шоу приглашаются известные деятели вино, музыки, театра, литературы, которые «не нуждаются в дополнительном представлении зрителям», как утверждают сами ведущие. Своей целью ведущие считают знакомство зрителей с медийными людьми, которые не так часто мелькают на телеэкранах, но в то же время очень талантливы. Также для них важно установить доверительный контакт со зрителями, чтобы они видели гостя передачи и понимали, что он очень интересен.

В самом начале своего существования выпуски ток-шоу можно было наблюдать ежедневно в прямом эфире и в дневное время, со временем же количество эфиров сократилось до одного раза в неделю, и время переместилось на более поздние часы.

Ток-шоу «На ночь глядя» в 2008 и 2009 годах было удостоено премии ТЭФИ в номинации «интервьюер».

2.2. Коммуникативное поведение ведущих ток-шоу «Наедине со всеми» и «На ночь глядя»

1. Анализ речевых тактик и стратегий телеведущего

Рассмотрев необходимый инструментарий для анализа речевых тактик и стратегий в теоретической главе, можно перейти к анализу речевых тактик конкретного ведущего телепередачи: Юлии Меньшовой в ток-шоу «Наедине со всеми».

О. С. Иссерс отмечает важную роль имиджа телеведущего (самоподачи, самопрезентации) в воздействии на собеседника, который в свою очередь формируется за счет определенных лингвистический ресурсов, то есть определенный набор речевых стратегий и тактик речевого поведения. Главная задача телеведущего – продуктивный диалог с участником, следовательно, актуальны регулятивные и диалоговые стратегии и тактики, тактики воздействия на собеседника, тактики провокационных вопросов, тактики завершения вербальных и невербальных комплексов и др.

Мы будем анализировать тактики ток-шоу «Наедине со всеми» с Юлией Меньшовой, опираясь на те виды речевых тактик, которые выделяли М. Н. Ким и О. С. Иссерс. Сначала мы будем анализировать речевые тактики на лексическом уровне (эмоционально-оценочный компонент), на грамматическом и синтаксическом уровне (восклицательные предложения,

восклицания), выделять коммуникативные приемов, соотносить выделенные приемы с конкретными речевыми тактиками.

1. **Воздействие на собеседника с целью полного раскрытия темы**

Тактика воздействия на собеседника с целью полного раскрытия темы играет большую роль в речевом поведении Юлии Меньшовой. Приведем пример этого тактического приема.

Юлия Меньшова задает вопросы, которые стимулируют гостя передачи на рассказ подробностей из его жизни. Она опирается на известные моменты биографии героя, подчеркивая этот такими словами как «Вы говорите», «Вы приняли мысль», «Вы назвали», «Вы сделали» и т. п., затем она задает вопросы, которые стимулируют говорящего на раскрытие заданной темы: *«**Вы говорите**, что когда Вы с Софией (дочкой) ходите в детские магазины игрушек, сами превращаетесь в ребенка и хотите скупить весь магазин. **Но, наверное**, это в том числе и результат того, что у Вас самой в детстве был даже ну уже совсем маленький даже никакой выбор игрушек и одежды?»,«**Вы приняли мысль о том, что** пойдете в интернат как «О, прекрасно». **Мне кажется**, чтобы так ответить есть оттенок того, что ребенок думает: «О, это весело, интересно», но с другой стороны это значит дома должно быть очень плохо?»* [Ани Лорак; 26.11.2015].

Юлия часто использует вариантные формы местоимения «я», и фразы «мне кажется», «я думаю», «я бы сказала», усиливая, таким образом, правдивость своих слов. Юлия хочет вызвать коммуниканта на откроенный разговор, расположив прежде всего гостя своей искренностью.

Даже известного телеведущего и тележурналиста Владимира Познера Юлия старается раскрыть с помощью этой тактики: *«Однажды, когда у Вас брала интервью какая-то дама, она совершила такой замечательный ход, дав Вашу детскую фотографию семилетнего ребенка. **Вы, увидев ее, расплакались,** и интервью пошло совсем иначе, чем Вы предполагали. Когда Вы посмотрели на этого семилетнего мальчика, что собственно вызвало*

эти слезы?», «Своим главным недостатком ***Вы назвали*** *нерешительность, честно сказать меня это очень удивило, хотя это очень органично продолжается тем девизом, который когда-то* ***Вы обрели****, посмотрев фильм «Пролетая над гнездом кукушки» - «Я хотя бы попробовал».* ***Но*** *нерешительность бывает разного подхода: бывает нерешительность ввязаться в дело, потому что ты боишься, что у тебя не получится, а бывает нерешительность, потому что ты боишься обидеть других своей смелостью или своей свободой выбора.* ***Ваша нерешительность какого порядка?****», «С Ваней Ургантом* ***Вы сделали*** *несколько документальных проектов, и, в общем, сильно подружились даже в результате этого. Но все время, когда* ***вы делали*** *эти самые проекты, это же не только съемки, это же еще сосуществование совместное, бок о бок, это испытание.* ***Вы, в общем, в быту удобный человек? Вы подстраиваетесь под партнеров, почему Вы такой удобный? А бывает такое в жизни, что Вы просто возненавидели вот именно в силу быта****?»* [Познер; 29.02.16].

Победителю проекта «Голос» иеромонаху Фотию Юлия тоже задает вопросы, которые бы своей связью с биографией подтолкнули его на откровенность: *«****Вы очень рано приняли постриг. Что заставило*** *Вас прийти к такому решению? Вы, можно сказать, еще пороха не нюхали в мирской жизни, не узнали ее, и такое приняли серьезное, ответственное решение?», «****Вы*** *же сами* ***попросили****, чтобы Вас окрестили,* ***а откуда Вы узнали,*** *что можно креститься?»* [Иеромонах Фотий; 28.04.16].

Данный тактический прием направлен на установление психологического контакта с гостем передачи для дальнейшего рассуждения на заданную тематику. Юлия Меньшова старается выбрать из известных ей фактов о жизни героев те, которые помогут им полноценно представить себя в глазах зрителей. Чтобы подчеркнуть самостоятельность, важность гостя ведущая использует «Вы»-формы, глаголы в форме 2 лица множественного числа: Вы расплакались, Вы назвали, Вы обрели, Вы сделали, Вы делали. Для

создания благоприятной атмосферы для дальнейшей беседы, Ю. Меньшова использует вводные конструкции, не вызывающие собеседника на конфликт: мне кажется, наверное, но с другой стороны.

2. Провокационные вопросы

В выпуске 2.12.2015, гостями которого были Анна Снаткина и Виктор Васильев. Юлия Меньшова задавала вопросы, с помощью которых супруги узнавали что-то новое в характере друг друга. Юлия задавала вопросы с помощью таких слова как, «а рассказывала ли…», «а знаете ли вы…», тем самым ставя героев в неловкое положение, интригуя их ожидающимися ответами: *«Витя, **а Аня вообще рассказывала** о своем детстве, о том, что она была грозой школы?», «**А знаете ли Вы о том, что** Аня очень любит оружие?», «И что она хорошо владеет пистолетами, и некоторое время она ездила 2-3 раза в неделю в тир?»*

Опираясь на тот материал, который она изучила, готовясь к передаче с конкретным гостем, телеведущая задает не всегда комфортные для гостя вопросы, чтобы спровоцировать его на откровенность. Виктор был очень удивлен такими подробностями, а Анна в свою очередь вынуждена была рассказать о своем детстве, хобби, характере.

Беседу с иеромонахом Фотием Юлия тоже построила на основе данной тактики: она выбрала малоизвестный факт биографии героя и задала провокационные вопросы: *«Вы очень, я бы сказала в тренде, что называется молодёжные – **Вы выкладываете фотографии** и даже фотографию кельи выложили, оговорив, что это не принято. **Но это же в некотором смысле против правил,или нет**?», **«В чем идея Вашей доступности**? Чтобы была какая-то популяризация монастырского образа жизни?»,«После конкурса **Вам был подарен автомобиль**, есть информация, что **он так и остался вашим личным?**»*

Юлия в беседе с ним делала упор на то, как Фотий может совмещать монастырский образ жизни с такими вещами, как концерты, гастроли,

пыталась поставить его в тупик своими вопросами. Герой в свою очередь, пытаясь разъяснить ситуацию, раскрывает себя, свою биографию.

Выпуск передачи с Владимиром Познером от 29.02.2016 сразу начался с использования данной тактики: *«Я не буду терять времени, поскольку **Вы поставили довольно жёсткие условия**, что сорок пять минут и все, Вы уходите. **Это почему так**, любите режим прямого эфира?»*

И далее Юлия Меньшова провоцировала Владимира Познера на рассказ о самом себе: *«**Три гражданства, которые на сегодняшний момент у Вас есть, это некая такая, я бы так назвала, гиперкомпенсация отсутствия выбора, который был когда-то?** Но между тем, наверное, эти три гражданства не компенсируют отчаянного чувства отсутствия дома? **Это по-прежнему Ваша болевая точка,** что вот нигде по сути ни в Америке, ни здесь, ни во Франции нет вот этого выдоха «Ну вот, здесь я* наконец у себя»?»

На морфологическом уровне ведущая использует в обращении к собеседникам как «Вы»-формы, подчеркивая уважение, так и лишь имя героя для создания дружеской атмосферы. Наблюдаются вводные конструкции для создания более откровенного разговора: я бы сказала, я бы так назвала, наверное и т.д.

3. Комплимент

Тактика комплимента используется ведущей, чтобы сразу расположить к себе гостя программы, настроить его на доброжелательное отношение к себе, Юлия подчеркивает особенности внешности героя, его статус: *«**Вы такая статуэтка**, просто невероятная какая-то» [Ани Лорак]*, *«**Большая честь**, что **Вы соблаговолили прийти** в нашу студию» [Познер]*.

4. Проективные тактики

С помощью этих тактик (свободные ассоциации, персонификация, моделирование ситуаций и сценариев, завершение вербальных или визуальных комплексов) Юлия Меньшова хочет получить образные

представления героев, нестандартные решения и ответы. Ведущая задает вопросы, которые нужно продолжить: *«Я не доверю людям, которые…?», «80 лет – самое время начать…?», «Если бы я мог шутить как Ургант…?» [Филипп Киркоров; 9.03.2016], «Со мной не стоит связываться, когда я?»[Ани Лорак; 26.11.2015].*

Юлия Меньшова хочет побудить героев к размышлению, хочет, чтобы они почувствовали мысли и чувства другого человека: *«Как бы сложилась твоя жизнь, если бы ты родился блондином?» [Киркоров]. Часто она моделирует ситуацию, которую должен представить герой: «Если бы не было страз, чем украшать костюм?» [Киркоров], «Если внезапно напала лень?»[Ани Лорак],«Если бы не был священником, то стал бы?»[Иеромонах Фотий], «Что если бы существовала машина, и Вам бы предоставилась возможность вот из сегодняшнего дня встретиться с семилетним мальчиком Володей Познером, который бы подумал: «Вот идет какой-то человек» и не узнал бы сам себя. Что бы Вы ему сказали? Что бы хотели изменить?*

5. Установление контакта

Юлия Меньшова при обращении к гостю программы использует личные местоимения 2 лица множественного числа, то есть обращается к собеседнику исключительно на «Вы»:*«А какие еще у Вас есть увлечения кроме музыки? Чем еще увлекаетесь? Может рисованием?», «А вообще много ли Вы дали концертов с тех пор, как победили в конкурсе?» [Фотий].*

Ведущая в данном случае пытается создать атмосферу уважительного обращения к собеседнику, стимулировать его на дальнейшее участие в разговоре, для этого Юлия создает свой положительный образ в представлении гостя.

Вывод:1. в ток-шоу «Наедине со всеми» реализуются такие тактики, как воздействие на собеседника с целью полного раскрытия темы, чтобы герой передачи как можно больше рассказал о себе, комплимент – для налаживания

доброжелательных отношений с собеседником, проективные тактики – чтобы получить от героя нестандартные решения и ответы и тактику установления контакта – для создания атмосферы уважительного обращения к собеседнику.

2. Для каждого тактического приема можно обозначить *языковые средства* их реализации:

1) *Воздействие на собеседника с целью полного раскрытия темы:* «вы-формы», развернутые вопросы, содержащие «личную информацию» (А бывает такое в жизни, что *Вы* просто возненавидели вот именно в силу быта);демонстрация личной заинтересованности в собеседнике и теме разговора (*мне* кажется, *я* думаю, *я* бы сказала…);
2) *Провокационные вопросы:* вопросы открытого типа, требующие довольно искреннего и развернутого при этом ответа от гостя (*А знаете ли Вы о том, что* Аня очень любит оружие?), использование обращений к собеседнику как на Вы, так и просто по имени;
3) *Комплимент:* искреннее признание достоинств собеседника с помощью соответствующих лексических средств (*Вы такая статуэтка,* просто невероятная какая-то);
4) *Проективные тактики:* вопросы с заданным началом, требующие достраивания ответа от гостя;
5) *Приемы установления контакта с собеседником,* а также поддержания его на протяжении всего эфира и завершения: формулы приветствия, формулы обращения.

3. В жанре ток-шоу ведущим типом стратегии, по О. С. Иссерс, является *диалоговый,* поскольку данный жанр предполагает беседу ведущего с гостями студии.

Таким образом, жанр ток-шоу ориентирован на непринужденный разговор в студии, роль ведущего в нем определяется спецификой

конкретного ток-шоу, его тематикой, как правило, при этом создается имидж ведущего, который использует узнаваемые тактические приемы.

2.Анализ речевого воздействия в ток-шоу с учетом гендерных особенностей ведущего

Рассмотрев необходимые критерии, взяв за основу работу Е. Ю. Гетте, представим анализ гендерных особенностей телеведущих на примере Юлии Меньшовой в программе «Наедине со всеми» и Бориса Бермана с Ильдаром Жандарёвым в передаче «На ночь глядя».

1. Установление контакта

Ток-шоу «На ночь глядя» начинается всегда с одного и того же эпиграфа, в котором ведущие приветствуют телезрителей, представляют себя и передачу. Данная презентация повторяется из передачи в передачу:

«-Добрый вечер. На Первом канале программа «На ночь глядя», меня зовут Борис Берман. – И я, Ильдар Жандарев.- В эту аудиторию приходят люди, которые нам с вами интересны, и этим людям всегда есть что сказать.- Не хотелось бы никого обижать, главное – нам есть что у них спросить на ночь глядя»

Уже в кратком представлении героя, наблюдается оценка героя и его творчества: *«Наш сегодняшний гость – актер**. Несмотря на молодость**, он собрал уже внушительную фильмографию. Некоторые из этих картин мы представим в небольшом ролике, такая вот визитная карточка, **посмотрим»*** [Александр Петров: 24.04.2017]. *«Сегодня у нас в гостях актриса, за работами которой мы следим с особым, я признаюсь, интересом. Актриса **своеобразная, яркая, смелая** – все это видно в небольшом ролике, который мы специально подготовили, посмотрим на экран»* [Мария Шалаева: 16.03.2017].

Обращение к гостю всегда на «Вы», по имени и фамилии, а иногда и отчеству, что создает официальную обстановку, некую дистанцию, придает статус собеседникам: ***«Александр Петров*** *пришел сегодня к нам поговорить на ночь глядя.Здравствуйте, Александр.* ***Спасибо, что Вы к нам пришли***» [Александр Петров: 24.04.2017]***«Мария Шалаева*** *пришла сегодня к нам поговорить на ночь глядя. Здравствуйте, Мария.* ***Спасибо, что Вы к нам пришли»*** [Мария Шалаева: 16.03.2017].

Как мы видим, приветствие гостя носит установленный, клишированный характер: это всегда имя и фамилия героя и благодарность за его визит.

Ролик, предлагаемый для просмотра гостю и зрителям, уже ориентирует на тематику всей беседы сегодняшней передачи, обращение к которому всегда происходит с помощью одного и того же глагола «посмотрим».

После просмотра видеоролика ведущие сразу настраивают собеседника на определенный вопрос, который их сейчас интересует, которому посвящен выпуск телепередачи: *«Александр, я не очень люблю заниматься арифметикой, когда речь идет об искусстве, но Ваша впечатляет. За 6 лет (плюс-минус) – почти 30 работ в кино. Не все они равноценны: есть лучше, есть хуже, есть совсем другие, но это мой зрительский счет.* ***Мне интересно Ваше мнение, вот по каким работам следует судить об артисте Александре Петрове****?»* [Александр Петров: 24.04.2017]. И опять же мы наблюдаем оценку творчества героя, конкретные данные конкретное время.

На протяжении разговора ведущие неоднократно демонстрируют, что они готовятся к встрече с каждым гостем: *«Вас называют «молодой надеждой российского кинематографа»…» «Есть еще один штамп: «самый востребованный актер миллениалов* [Александр Петров: 24.04.2017]*«Года 4 назад Вы занимались актерской школой…»* [Ингеборга Дапкунайте: 02.03.2017] «…мы, готовясь к передаче, прочитали много текстов о Вас и поняли…»«…я вот тут наткнулся…»«Вы начали сниматься еще, учась, в

ГИТИСе…»«Я читал, что…» «Мы изучали статьи о Вас…» [Мария Шалаева: 16.03.2017]

Свою беседу Юлия Меньшова может начать непосредственно с вопроса, у нее нет формальных клишированных фраз, которые повторяются на каждой передаче: ***«Дима**, вот **Вы** очень интересно формулируете…»*[Дмитрий Дибров: 07.04.2017]***«Леночка**, рада приветствовать **тебя** в нашей студии снова, но надо сказать, что перемены, произошедшие в твоей жизни, которые с последнего нашего разговора не самые счастливые, наверное…»* [Елена Ксенофонтова: 12.04.2017]

К гостям она обращается как на «Ты», так и на «Вы», использует уменьшительно-ласкательные формы имен, в отличие от ведущих-мужчин.

Настрой собеседника на разговор в передаче «Наедине со всеми» реализуется немного иначе: *«… обстоятельства, в которых ты оказалась, **близки многим** женщинам…»«**Меня заинтересовало** твое признание в одном из интервью…»* [Елена Ксенофонтова: 12.04.2017]

Здесь присутствует не только оценка ведущего, но также личное мнение ведущего по какому-либо вопросу.

Юлия Меньшова ссылается на факты биографии гостя, цитирует его, интервью, что говорит о ее подготовке к встрече с собеседником: *«В одном из интервью Вы честно сказали…»*

Тематические блоки разговора передачи обозначены эпиграфами, которые представляют собой слова гостя, произнесенные им на передаче, либо вне ее: *«Любовь – это когда кто-то важнее, чем ты сам»; «Поезд жизненного успеха ходит по кольцу. Стой и жди. Не расслабляйся»*[Дмитрий Дибров: 07.04.2017]; *«Проблема наших женщин в недостатке любви к себе» [*Елена Ксенофонтова: 12.04.2017].

Вывод: в речевом поведении ведущих-мужчин отражается формализованность (клише) в обращении к собеседнику и его представлении, в речи ведущей – разнообразие лексических и

синтаксических средств. В ток-шоу «На ночь глядя» ведущие устанавливают благоприятный контакт с помощью лексики, восхваляющей собеседника: *следим с интересом, актриса своеобразная, яркая, смелая, впечатляет, интересно*; оценочная лексика: *лучше, хуже* (сравнит.прил.). При обращении к гостю Б. Берман и И. Жандарёв используют личные местоимения 2 лица мн. числа то есть обращаются исключительно на Вы или по имени и отчеству.

2. Поддержание коммуникативного контакта

Для того, чтобы вывести собеседника на искренние ответы, ведущие ток-шоу «На ночь глядя» возвышают гостя при помощи комплиментов: *«Ваша арифметика (количество работ) впечатляет»; «Вы на этой высоте уже в 24 года…»*[Александр Петров: 25.04.2017]; *«Вы актриса с большим опытом…»*[Ингеборга Дапкунайте: 02.03.2017].

Ильдар Жандарев и Борис Берман играют доминантную роль в диалоге с гостем передачи, что очень чувствуется в вопросах, которые задаются «в лоб»: *«А как Вам дышится на этой высоте?»; «Когда Вы решили так скомпоновать эти тексты, в Вас ничто не дрогнуло (Ваши стихи и стихи Маяковского)?»; «Ну, не важно, проехали…»; «Если же у человека есть настоящий талант, говорю я Вам в лицо, то это доводит масштаб Первого канала, так сказать, до еще большего, увеличивает свойство артиста в данном случае. Вот, Вы на себе это ощущаете?»; «А Вас не смущает, что Ваша последняя премьера состоялась в 2012 году, на дворе какой год?»; « «Я звезда» - говорит он честно. –Я играю Гамлета и Лопахина, что Вы мне предлагаете?» - так, да?»*[Александр Петров: 25.04.2017]; «У Марии есть ряд замечательных работ, но я бы выделил две..»; *«Ну, это сушь собачья…»*[Ингеборга Дапкунайте: 02.03.2017].

Активно используются в передаче отсылки к конкретным работам героев, конкретным личностям: *«А Ваш мастер – Леонид Хейфец…»; «… которого играл Константин Юрьевич Хабенский…»; «Но вот Мирзоев в своем отношении к Чехову значительно радикальнее, чем Саркисов…»*[Александр Петров: 25.04.2017].

Цитата (использование прецедентного текста) британского писателя Оруэлла: *«Вообще то люди хотят быть королями, но не все и не всегда, и не очень часто»* [Ингеборга Дапкунайте: 02.03.2017]; *«Вот скажем те же «Голоса» (сериал)»;«Я хочу вернуться к «Методу» (сериал)»*[Александр Петров: 25.04.2017].

В ток-шоу «Наедине со всеми» поддержание коммуникативного контакта носит более дружеский (неформальный) характер, Юлия Меньшова не оценивает собеседника, а наоборот пытается его понять и поддержать: *«Такое количество вопросов к тебе… Ответить на все эти вопросы сложно, просто потому что их очень много. НО это эфир, его увидят тысячи…»;«А я могу уточнить вот такую деталь…»* [Елена Ксенофонтова: 12.04.2017]; *«То есть Вы считаете…»; «Но я понимаю, что…»; «Вот Вы когда-то точно сформулировали, что…»; «Я так понимаю…»; «А как вот происходит…»; «Давайте не будем лукавить»; «Ничего же себе…Это же вообще, мне кажется, история инстинктивная…»; «Вот, если говорить на сегодняшний день, то можно ли сказать…».*

Вопросы построены в более мягкой форме, ведущая не дает негативной оценки поступкам гостей.

Вывод: ведущие-мужчины, как правило, анализируют, обвиняют и советуют и, следовательно, их гендерная роль – роль субъекта, принимающего решения, оказывающего воздействие. Их речь наполнена оценочной лексикой, они подчеркивают свое мнение и позицию с помощью местоименных форм «я», «мне». Ведущие-женщины в основном благодарят, жалеют и сочувствуют, они чаще принимают роль уступающего собеседника.

3. Характер выхода из коммуникации

Борис Берман и Ильдар Жандарёв в конце программы делают вывод, подводят итоги беседы: *«У нас в гостях был Александр Петров, который по сути, ну, только-только вышел на дистанцию под названием «актерская профессия.»…»*

И в прощании с героем программы не обходятся без клише, но тем не менее они желают каждому герою что-то индивидуальное: *«Мы желаем Вам удачи, желаем Вам аплодисментов, побольше хороших режиссеров на этом пути»* [Александр Петров: 25.04.2017]; *«Мы желаем Вам удачи, куража»* [Мария Шалаева: 16.03.2017]; *«Я не знаю чем Вы подпитываетесь, в чем источник Вашей энергии, но я очень бы хотел, чтобы вот этот источник энергии Вас не подвел. Мы желаем Вам удачи, Ингеборга, на всех фронтах Вашей неуемной жизни»* [Ингеборга Дапкунайте: 02.03.2017].

И прощание со зрителями: *«А наша программа встретится с Вами, как всегда, на Первом канале на ночь глядя».*

У Юлии Меньшовой выход из коммуникации сводится к одной фразе: *«Спасибо Вам».*

Но для каждого гостя она подбирает подарок, содержащий какой-то символический смысл, который вручается в конце передачи, т. е. для ведущей важнее в данном случае невербальный жест.

Вывод: ведущие-мужчины подходят к завершению более логично и обобщенно, проговаривая все фразы. Они используют клише, подчеркивают свое мнение: но я очень бы хотел и т.п. Для Ю. Меньшовой характерна детальность и внимание к мелочам, более неформальная атмосфера завершения программы, для нее важнее невербальное закрепление дружеских отношений.

4. Коммуникативная самоподача

Как мы уже говорили, самопрезентация Ильдара Жандарёва и Бориса Бермана происходит в официальной форме по имени и фамилии: *«Меня зовут Борис Берман. – И я Ильдар Жандарёв».*

Юлия Меньшова не представляется гостью, концепция программы подразумевает, что гость и зрители уже знакомы с ведущей.

Представители мужского пола часто показывают свои интеллектуальные способности, осведомленность в разных областях: *«Миллениалы, если кто не знает, - это люди, родившиеся в конце 80-х – начале 90-х годов» «Гамлет в актерской профессии - это как покорение Джомолунгмы, многие стремятся на эту высоту»; «Но вот Мирзоев в своем отношении к Чехову значительно радикальнее, чем Саркиев по отношению к Шекспиру…»; «… у Шагина Лопахин любит Раневскую, а у Данилы Козловского он что, не любит Раневскую?»*[Александр Петров: 25.04.2017].

Юлия Меньшова ссылается, в основном, только на слова самих героев передачи: *«Вот, Вы когда-то точно сформулировали: «Любовь – это когда кто-то важнее, чем ты сам» «В одном из интервью Вы сказали…»* [Дмитрий Дибров: 07.04.2017].

Вывод: у мужчин преобладает информативная цель общения, гендерное поведение мужчин – деловое, у женщин же доминирующая цель общения – коммуникативная, их гендерное поведение – дружеское, неформальное.

5. Обсуждение разногласий

Борис Берман и Ильдар Жандарёв более категоричны в высказывании разногласий, они используют резкие, четкие фразы, что не характерно для женщин: *«В Вашей фильмографии нет артхаусных работ»; «Я не знаю, что это значит…проехали…»; «Да что Вы говорите?»*[Александр Петров: 25.04.2017].

Для Юлии Меньшовой более важны моральные стороны героя: *«Дима, а как вот происходит переоценка ценностей?»; «Не было ли у Вас такого страха перед жизнью…?»*[Дмитрий Дибров: 07.04.2017]

У мужчин первое место занимает оценка работоспособности гостя: *«Вы довольны как складывается Ваша театральная судьба?»; «Почему нет новых названий?»*[Александр Петров: 25.04.2017].

Вывод: мужчины стремятся усилить свою коммуникативную позицию в процессе общения, используя, в то время как для женщин важнее использовать равноправный стиль общения.

6. Тематическая направленность общения

Заглавия тематических блоков в ток-шоу Юлии Меньшовой говорят сами за себя, в них преобладают проблемы личной жизни героев, бытовая тематика, морально-нравственные проблемы: *«О своей беде нельзя молчать»; «Проблема наших женщин в недостатке любви к себе»* [Елена Ксенофонтова: 12.04.2017]; *«Самое высшее, что один человек может подарить другому – это свобода»; «Поезд жизненного успеха ходит по кольцу. Стой и жди. Не расслабляйся…»* [Дмитрий Дибров: 07.04.2017].

У мужчин же доминантными являются профессиональная тема и проблемы общественной жизни.

Особенностью ток-шоу Бориса Бермана и Ильдара Жандарёва является повторяющиеся на протяжении всего выпуска фразы «Не хотелось бы никого обижать» и «На ночь глядя», они подчеркивают концепцию передачи, время ее выпуска, а также служат клишированным вестником провокационных вопросов. Для данной телепередачи характерны четкие временные маркеры (рубрики): *«За шесть лет», «Почти тридцать работ», «Последняя премьера состоялась в 2012 года»*, в то время, как речь Юлии Меньшовой отличается размытостью границ: *«Как-то», «Когда-то», «В одном из интервью»*.

Обращения к гостю в ток-шоу тоже различаются. Юлия Меньшова может себе позволить обратиться к собеседнику на «Ты», назвать имя уменьшительно-ласкательным способом: *«Леночка», «Дима», «Ты говорил»* и т.д., что не противоречит интимной атмосфере ток-шоу. «На ночь глядя»

отличается официальностью обращения, только на «Вы». Имя гостя используется, как правило, полное либо обращение по имени и отчеству: *«Александр», «Александр Андреевич»*.

Мужское ток-шоу отличается настойчивостью, которая проявляется в частом употреблении местоимения 1 лица («Я», «Мы»), его вариантами («Меня», «Мне»). Преобладают «я-формы»: *«**Мне** интересно», «**Мы** готовились», «**Мы** желаем», «**Я** говорю», «**Я** хочу вернуться», «**Я** хочу сказать», «Как **мне** кажется», «**Я** разовью», «говорю **я** вам в лицо», «Посмотр**им**».* Речь ведущих наполнена сравнениями: *«Яркий, будто это спринт», «Это как покорение Джомолунгмы»* и т.д. Также частотны глаголы повелительного наклонения: *«Ответьте»*, *«Скажите»* и т.д. Все эти особенности выполняют функцию правдивости высказываний, необходимых для позиции доминирования говорящего.

Юлия Меньшова, наоборот, создает атмосферу доверия, общности: *«Каждый из нас», «Твоя ситуация характерна многим»* и т. д. Цель Меньшовой – быть ближе к герою, разделить с собеседником некоторые чувства, эмоции.

Для речи ведущего женского пола характерен усложненный синтаксис: СПП, вставные конструкции. Сравним: *«Не было ли у Вас когда-либо такого страха, я бы сказала, перед жизнью, потому что чем больше ты живешь, чем больше ты рефлексируешь то, что было, чем больше ты понимаешь, что каждое твое слово имеет значение, каждый твой, вот, мельчайший поступок имеет значение как в отношении детей, так, в общем-то, ближнего круга и прочего и прочего….»* [Дмитрий Дибров: 07.04.2017];*«Вы в этой профессии уже 24 года, Вы сыграли Гамлета и вопрос мой вот какой: «А как Вам дышится на этой высоте?»*[Александр Петров: 25.04.2017].Борис Берман и Ильдар Жандарёв более четкой формулируют вопрос, они членят сложные предложения на более мелкие, в отличие от Юлии Меньшовой. Юлия Меньшова старается донести свой вопрос

собеседнику как можно более полно, при этом пропуская его через призму своего восприятия действительности, в то время как Борис Берман и Ильдар Жандарёв формулируют вопрос четко и лаконично, опираясь только на факты.

Вывод: у ведущих-мужчин в речи преобладает действительный залог (говорю, сказал), женщины же используют форму возвратного залога, вводные предложения, вводные слова различное семантики, направленные внутрь себя (*понимаю*, *мне кажется*). Ментальные конструкции и, используемые женщинами-ведущими, чаще всего выражают разную степень неуверенности (*может быть, по-моему, мне кажется*), в то время как для мужчин характерна констатация факта (*конечно*, *очевидно*).

В результате анализа способов речевого воздействия, используемых ведущими Ю. Меньшовой, Б. Берманом и И. Жандарёвым в ток-шоу «Наедине со всеми» и «На ночь глядя», можно сделать следующие **выводы:**

1. В общении ведущих-мужчин преобладают предметная и информационная цели общения, гендерное поведение в целом можно охарактеризовать как деловое (оценка творчества героя, официальное обращение по ИО, клишированность).

Мужчины в процессе коммуникации стремятся занять доминирующую позицию (провокационные вопросы «в лоб», употребление глаголов, демонстрирующих интеллектуальное преимущество).

Повествование мужчин представлено логической цепочкой последовательных фактов, за которой следуют выводы, значит, для их коммуникативного поведения характерны логичность и обобщенность (отсылки к конкретным работам героев, конкретным личностям, опора на цитаты из произведений искусства, деятелей искусства).

Передача фактов осуществляется объективно, мужчины делают вывод на основе объективного анализа, язык ведущих точен и терминологичен

(оценка работоспособности героя, резкие, четкие фразы, поднимаются проблемы общественной жизни, профессиональная тематика гостя).

2. В женском общении преобладает коммуникативная цель, гендерное поведение - гармонизирующее, женщины нивелируют отношения субординации (обращение на «Ты», уменьшительно-ласкательные формы имени, личный взгляд ведущей на ситуацию, историю героя).

Ярким признаком женской речи является эмоциональность (поддержание контакта носит дружеский характер, попытка понять и поддержать героя, вопросы в более мягкой форме).

В женском повествовании последовательность изложения разрывается оценкой, демонстрацией чувств и множеством действующих лиц, следовательно, для них характерна – детальность и внимание к мелочам (подарок в конце передачи).

Передача фактов осуществляется субъективно, на основе чувств и преломления через личностный опыт, события пропущены сквозь призму эмоционального состояния ведущей. Ведущие-женщины более ориентированы на собеседника, они строят общение на основе «прочтения» гостя, значит, речь их построена на диалогических принципах (темы личной жизни героев, бытовая тематика, морально нравственные стороны гостя).

Таким образом, «женские» и «мужские» ток-шоу имеют свои особенности речевого воздействия, которые определены спецификой конкретной телепередачи, имиджем ведущего, его интересами и гендерными особенностями.

Общие выводы:

1. Гости ток-шоу, телеведущие и зрители имеют каждый свою коммуникативную цель, беседа каждой телепередачи подводится к каким-либо выводам разговора, подходит к логическому завершению, следовательно, все выпуски ток-шоу можно считать успешными.

2. Объем высказываний телеведущих может быть нарушен лишь у телеведущих женского пола, но это не мешает взаимопониманию и доброжелательной обстановке между коммуникантами. Правила релевантности, ясности ведущими соблюдаются, каждый выпуск ток-шоу заранее продуман, проработана его структура.

3. Каждый из ведущих имеет свои особенности общения с гостями студии, но тем не менее подбирает коммуникативные стратегии и тактики индивидуально к каждому гостю. Проанализировать речевое поведение ведущих, Юлию Меньшову можно отнести к «мыслителям-поэтам», так как она любит размышлять вслух, использует наглядные материалы, и при это ее речь изящна, богата выразительно-изобразительными средствами. Бориса Бермана можно назвать «системщиком», так как его речь изобилует точными цитатами, обилием фактов, четко продуманна и алгоритмизирована. Ильдар Жандарёв близок к «вождю», так как он выступает как энергичный и воодушевленный оратор, но вступает в разговор лишь в том случае, когда разговор заходит в интересующую его область. Распределение телеведущих на данные типы речевого поведения условно, что связанно с разнообразием тактических приемов, используемых ведущими.

4. В своих телепередачах ведущие используют лексические средства восхваляющего и оценочного характера для установления контакта с собеседником, подчеркивают значимость и самостоятельность героя с помощью глаголов 2 лица мн. Числа, в обращении используют личные местоимения 2 лица, мн. числа или имя и отчество гостя.

Рассмотрев необходимые теоретические понятия, проанализировав конкретные ток-шоу на предмет проявления гендерных особенностей их ведущих, можно перейти к составлению материалов для элективного курса по русскому языку. Термины («коммуникативное поведение», «речевое воздействие», «коммуникативные стратегии и тактики», «эффективная коммуникация») и классификации (речевых тактик и гендерных

особенностей) могут служить теоретической основой данного элективного курса. Анализ речевого поведения телеведущих будет использован в качестве материалов для практической работы учащихся: самостоятельного анализа фрагментов рассмотренных ток-шоу.

ГЛАВА 3. ЭЛЕКТИВНЫЙ КУРС ПО РУССКОМУ ЯЗЫКУ

3.1. Программа элективного курса по русскому языку

I. Пояснительная записка

Программа элективного курса рассчитана на 25 часов (1 час в неделю) для учащихся 8 -9 классов.

Сегодня большое внимание уделяется коммуникативным связям, и как следствие актуализируется проблема формирования умений и навыков речевой коммуникации. В современном обществе на первое место выходит личность, которая является активным созидателем своей жизни. Важность речевой компетенции личности связана и с формированием у обучающихся данного возраста новой системы ценностей и новым типом отношений с обществом. В школе речевая коммуникация рассматривается в форме работы с текстом и устным выступлением, но задания, представленные в школьных учебниках по риторике, носят теоретический характер. Однако одним из важных критериев успешной коммуникации является практика, чего не хватает в школьном курсе. Работа над речевым воздействием необходима

каждому человеку, поскольку многие сферы нашей жизни связаны с человеком говорящим. Общение не может существовать бесцельно, следовательно, в любой коммуникации есть цели, влияющие на собеседника.

Данный курс даёт возможность развивать навыки практической риторики, которые позволят учащимся лучше владеть собственной речью и достичь успеха в коммуникации. Курс направлен на практическое овладение риторикой – искусством публичной речи. Основное внимание курса направлено на правила и приёмы составления и подготовки к публичному выступлению с научным докладом, отработку практических риторических навыков.

В рамках данного курса рассматриваются такие понятие, как *коммуникативное поведение*, его приемы, *коммуникативные стратегии* и *тактики*, а также *речевое воздействие* с целью повышения эффективности взаимодействия с людьми. Данный курс нацелен на развитие навыков эффективной коммуникации с помощью практической направленности, что позволит учащимся занимать успешную позицию в коммуникации.

В современном мире нас окружает большое количество мотиваторов, которые воздействуют на наше поведение (телевидение, реклама, Интернет и т.п.), в данной обстановке важно не быть пассивным субъектом.

Для определения задач данного курса обозначим круг проблем, с которыми сталкиваются подростки. У детей в данном возрасте еще недостаточное количество объема жизненного опыта, недостаточно сформированы логические механизмы знаний, вследствие чего возникает проблема несчитывания косвенных высказываний. Языковая форма слова не всегда является тождественной в плане содержания, мы можем выражать одной формой несколько значений, и наоборот, несколько значений одной формой. Также среди существующих проблем можно выделить неумение реализовать функции общения, подверженность на воздействие окружающих, неустойчивость навыков эффективного речевого воздействия.

Обучающая цель: развитие у учащихся навыков успешного коммуникативного поведения и подготовка к успешной и эффективной организации и защите своего выступления;

Воспитательная цель: воспитать адаптированную к публичным выступлениям личность.

Развивающая цель: развить навыки самостоятельной подготовки и организации своего публичного выступления.

Цели решаются с помощью следующих **задач:**

1. Знакомство с понятиями «коммуникативное поведение», «речевое воздействие», «коммуникативные стратегии и тактики», «эффективная коммуникация»;
2. Развитие умений работать с подтекстом;
3. Развитие способности считывать и употреблять косвенный текст;
4. Работа с функциями общения;
5. Развитие коммуникативной грамотности;
6. Развитие способности защищаться от коммуникативного воздействия, считывать его.

Данный курс ориентирован на подготовку к публичным выступлениям на уроках разных предметов, внеклассных мероприятиях и т.п.

Актуальность элективного курса состоит в том, что он позволит успешно организовывать свое общение, публичное выступление.

Организация учебного контроля*:* контроль уровня знаний производится в виде устных ответов, анализов учащимися в течение всего учебного процесса, что позволит проверить степень сформированности соответствующих навыков. Текущий контроль проходит в форме устной работы учащихся на занятиях, практической отчетности по каждой теме. Итоговый контроль представлен в форме презентации своей коммуникативной ситуации, работа над которой велась в процессе всего курса. Каждому учащемуся будет дана своя коммуникативная роль и задана

определенная ситуация. В течение курса учащиеся создают, продумывают свое выступление, учитывая все особенности. Таким образом, результат регулярной подготовки и уровень освоенности материала каждого ученика будет выявлен.

В рамках курса предусмотрены контактные часы в индивидуальной форме, учитывая особенности учащегося, а также возникающие у него вопросы.

Курс может быть дополнен вспомогательными часами за счет практикумов, которые представляют собой посещение учащимися публичных выступлений, мероприятий с соответствующим комплексом вопросов и заданий, обсуждаемых впоследствии на занятиях.

Формы и методы работы: лекция (ознакомление с основными понятиями, особенностями), беседа, редакция, диспут, эксперимент, практикум (работа в группах, публичные выступления, участие во внеклассных мероприятиях, посещение мероприятий с целью их анализа), работа с видеофайлами, аудиофайлами, встречи с интересными людьми.

Для обеспечения эффективной работы на занятиях рекомендуется применение разных форм проведения уроков, небольшое количество учащихся (не более 15 человек). Так же для создания комфортной атмосферы предлагается расставлять парты в форме круга, это способствует эффективной работе в группе.

Предполагаемые результаты освоения курса:

1. Умение считывать подтекст, применять его на практике;
2. Умение считывать и употреблять косвенный текст;
3. Умение правильно определять и применять функции общения;
4. Умение противостоять коммуникативному воздействию и применять его на практике.

II. Содержание элективного курса

1. **Умами людей можно управлять.** Коммуникативное поведение и его приемы. Речевое воздействие и его приемы.
2. **Наша речь говорит о многом.** Эффективная коммуникация. Коммуникативные стратегии и тактики.
3. **Зачем и почему?** Функции общения. Коммуникативные цели и задачи.
4. **Как сделать общение успешным?** Применение коммуникативных стратегий и тактик на практике.
5. **Не все то, чем кажется.** Подтекст и его функции.
6. **Я - мастер общения.** Выступления учащихся. Подведение итогов.

III. Учебно-тематическое планирование

№	Тема	Содержание	Количество часов	Тип урока
1	Умами людей можно управлять	Коммуникативное поведение и его приемы. Анализ коммуникативного поведения.	2	Лекция, беседа, работа с видеоматериалами.
2		Речевое воздействие и его приемы. Анализ речевого воздействия. Считывание воздействия и применение на практике.	3	Лекция, беседа, работа с аудио- и видеофайлами.
2	Наша речь говорит о многом	Эффективность коммуникации. Коммуникативные стратегии и тактики.	2	Лекция, беседа, работа с видеофайлами.
3	Зачем и почему?	Функции общения. Коммуникативная ситуация. Коммуникативные цели и задачи. Анализ коммуникативных ситуаций.	3	Лекция, диспут, беседа, работа с аудиофайлами, инсценировка.
4	Как сделать общение успешным?	Анализ коммуникативных стратегий и тактик с точки зрения успешности. Применение коммуникативных стратегий и тактик на практике.	3	Работа с видеофайлами, редакция, инсценировка.

5	Не все то, чем кажется	Подтекст. Его функции. Считывание подтекста. Использование подтекста на практике.	2	Беседа, редакция.
6	Я – мастер общения	Презентация своего выступление. Подведение итогов.	5	Круглый стол.

3. 2.Задания для элективного курса

1. Даны 2 типа карточек (с определенной коммуникативной целью, тактиками и приемами). Учащиеся выбирают одну карточку с коммуникативной целью и две карточки с коммуникативными тактиками.

Выберите случайным образом три карточки. Разыграйте заданную коммуникативную ситуацию (возможно групповая).

Насколько коммуникативное поведение вашего героя было успешным? Можно ли выбирать коммуникативные роли и тактики случайным образом? Измените диалог так, чтобы речевая коммуникация была успешной.

Коммуникативная цель	*Коммуникативные тактики*
Доказать свою точку зрения	Приказ
	Оскорбление
Заинтересовать собеседника новым фильмом	Эмоциональное давление
	Провокация
Избежать конфликта в споре	Шантаж
	Многократный повтор просьб
Уговорить заняться каким-либо делом	Подбор аргументов с опорой на логику
	Просьба

Работа с карточками, движения телом, инсценировка ситуации направлена на учащихся с ведущим кинестетическим каналом восприятия, речевая деятельность – для учащихся с ведущим аудиальным каналом восприятия, наглядность – визуального.

Практическая деятельность, работа в группе, карточки и ролевые игры будут успешны для детей с доминирующим правым полушарием. При обдумывании коммуникативной ситуации используется образное и абстрактно-логическое мышление, развивается речевая способность. Так же

это задание будет успешно и для левополушарных учащихся, так как в задании присутствует индивидуальная работа с текстом, восприятие выступлений на слух, применение изученного материала на практике. Корректура выступления позволит выявить семантические неточности, что позволит развить критическое восприятие и языковое чутье.

2. Соотнесите коммуникативные тактики с теми языковыми средствами, которые будут успешны в данной тактике. Придумайте коммуникативную ситуацию, где можно использовать данные тактики и языковые средства.

Коммуникативные тактики	*Языковые средства*
Воздействие на собеседника	Уступительная лексика
	Обращение по имени, на «Ты»
Моделирование ситуации	Использование прилагательных в сравнительной степени
	Восхваляющая лексика
Провокационные вопросы	Заполнение лакун
	Использование личного местоимения (я, мне, меня)
Комплимент	Вставные конструкции
	Обращение на «Вы», использование глаголов в форме 2 лица мн. числа

Задание на соотношение, работа с карточками ориентирована на учащихся с ведущим кинестетическим каналом восприятия, наглядность – для учащихся с ведущим визуальным каналом восприятия.

Для правильного соотношение необходимо использовать абстрактно-логические, рациональные связи, выполнение задание происходит индивидуально – это рассчитано для левополушарных учащихся. Для

правополушарных учащихся в этом задании присутствует творческая часть, направленная на образное мышление, целостное завершение задания.

3. Оцените данную коммуникацию по критериям успешность/неуспешность. Объясните почему. Как можно сделать её успешной?

«В зале над тысячью человек на три сажени стоял пар. И пар поднимался от докладчика. Он подъезжал на курьерских к концу международного положения.

— Итак, дорогие товарищи, я резюмирую! Интернациональный капитализм в конце концов и в общем и целом довел свои страны до полной прострации. У акул мирового капитализма одно соображение, как бы изолировать советскую страну и обрушиться на нее с интервенцией! Они использовывают все возможности вплоть до того, что прибегают к диффамации, то есть сочиняют письма, якобы написанные тов. Зиновьевым! Это, товарищи, с точки зрения пролетариата — моральное разложение буржуазии и ее паразитов и камер-лакеев из Второго Интернационала!

Оратор выпил полстакана воды и загремел, как труба:

— Удается ли это им, товарищи? Совершенно наоборот! Это им не удается! Капиталистическая вандея, окруженная со всех сторон волнами пока еще аморфного пролетариата, задыхается в собственном соку, и перед капиталистами нет другого исхода, как признать Советский Союз, аккредитовав при нем своих полномочных послов!!

И моментально оратор нырнул вниз, словно провалился. Затем выскочила из кресла его голова и предложила:

— Если кто имеет вопросы, прошу задавать.

В зале наступила тишина. Затем в отдалении зашевелилась в самой гуще и вышла голова Чуфыркина.

— Вы имеете, товарищ? — ласково обратился с эстрады совершенно осипший оратор.

— Имею, — ответил Чуфыркин и облокотился на спинку переднего стула. Вид у Чуфыркина был отчаянный. — Ты из меня всю кровь выпил!

Зал охнул, и все головы устремились на смельчака Чуфыркиа.

— Сижу — и не понимаю: жив я или уже помер, — объяснил Чуфыркин. В зале настала могильная тишина.»

[М. Булгаков «Они хочуть свою образованность показать…»]

Работа с письменным текстом подойдет для работы с учащимися, ведущим каналом восприятия которых является кинестетический и визуальный, устное объяснение ошибок - для аудиального канала восприятия. Задание направлено как для право-, так и для левополушарных учащихся, так как присутствует письменная и устная работа, с алгоритмами, вычленением ошибок и корректировка текста, предусматривающая творческий подход. Корректура текста способствует развитию критического восприятия, языкового чутья.

4. Выпишите только те языковые средства, которые являются успешными в данном тексте. Объясните почему.

«Генрих: - Как ты себя чувствуешь, дорогая?

Розалинда: - Хорошо, милый. Но я ужасно расстроена.

Генрих: -Да? Это кстати. Дело в том, что я шел как раз, чтобы тебя расстроить,.. ... и очень боялся, но раз ты уже расстроена, тем лучше. Увы, Розалинда, меня сажают в тюрьму.

Розалинда: - Ах, в тюрьму?! Это из-за этого лесничего, которого ты подстрелил?

Генрих: - Нет, Розалинда, не из-за лесничего.

Розалинда: - А за что?

Генрих: - За рябчика,.. ...хотя, по правде, дело здесь не столько в рябчике, сколько в этой старой свинье прокуроре Амедее,.. ... в угодьях

которого я охотился. Ты знаешь, он оказался председателем общества по борьбе с браконьерством. Предлагал ему любые извинения, любой штраф, но он стоял на том, чтобы я сел.

Розалинда: -Боже мой! Зачем, зачем ты только охотился в его владениях?

Генрих: -Произошло совершенно случайно. Когда мы с Эммой вышли из поезда,.. -...то мы направились самой кратчайшей дорогой к охотничьему домику.

Розалинда: - Погоди,.. -...с какой Эммой?

Генрих: - А кто сказал с Эммой?

Розалинда: - Ты.

Генрих: - Почему это тебя удивляет?

Розалинда: -Но прости, Генрих, меня это больше чем удивляет! А кто такая Эмма?

Генрих: - Собака.

Розалинда: - Собака? Где ты ее взял?

Генрих: -Мне ее одолжил Шульц.

Розалинда: - И собаку Шульца зовут Эмма?

Генрих: - Эмма.

Розалинда: -Что за фантазия назвать собаку именем жены?

Генрих: -Ну что ты хочешь от Шульца? Он вообще фантазер! - Ты же знаешь, как он называет свою жену? Киса!

Розалинда: - А что тут удивительного?

Генрих: -Ну, Розалинда, ты меня поражаешь! Назвать жену именем кошки для тебя не удивительно,.. ... а назвать собаку именем жены для тебя удивительно, где логика? Я не понимаю. Дело не в этом. Ну, вот, идем мы с собакой... -... самой кратчайшей дорогой, идем разговариваем...

Розалинда: - А кто? - Кто с кем разговаривает?

Генрих: - Естественно, что я с собакой,.. ... не собака же со мной. Ну вот, мы идем. Кругом природа! Погода! Эмма резвиться как ребенок, я и не заметил,.. ...как забрели на территорию этого проклятого прокурора. Вдруг... ...рябчик. Эммы как закричит нечеловеческим голосом:.. -... "Генрих, стреляй!".

Розалинда: - Да подожди. Как же это собака... ... может кричать нечеловеческим голосом: "Стреляй, Генрих!?".

Генрих: - А что, хочешь, чтобы она закричала человеческим голосом: "Стреляй!". Естественно, нечеловеческим, она закричала: "Гав-гав-гав!". - У нее хвост в струнку, грудь - вот так, лапки - вот так! На лице румянец.

Розалинда: - На чьем лице?

Генрих: -Естественно на моем. Эмма всегда такая спокойная женщина...

Розалинда: -Так значит Эмма - все-таки женщина?

Генрих: -Да нет. Я говорю: "Эмма всегда такая спокойная. Женщина с легкостью управится с такой собакой. И вдруг... ...она рвется вперед, как бешенная, я стреляю из одного ствола. Рябчик падает вниз, я стреляю из другого. Беру чуть-чуть ниже, и вверх взвивается лесничий. Рябчик молчит, лесничий кричит, все сбегаются, и вот я браконьер. Сегодня суд. Суд удаляется,.. ... суд возвращается. Все встают, меня сажают. И вот сегодня в восемь часов вечера за мной приедет тюремная карета»

[Мюзикл «Летучая мышь», 1978]

Задание направлено на выписывание необходимого материала, что подойдет для кинестетов, и визуалов, устный ответ с объяснениями – для аудиалов. Работа с отбором необходимого материала из целого текста рассчитана на левополушарных учащихся.

5. *Просмотрите данный видеофайл. Заполните таблицу примерами коммуникативных тактик, используемых ведущим (фрагмент выпуска ток-*

шок «Наедине со всеми»). С помощью каких языковых средств реализуется каждая из тактик?

Коммуникативная тактика	*Пример*	*Языковые средства*
Комплимент		
Провокационные вопросы		
Установление контакта с собеседником		

Отбор необходимого материала из видеофайла, восприятие его на слух, письменная работа рассчитаны на левополушарных учащихся с ведущими каналами восприятия кинестетическим и аудиальным.

6. *Посмотрите видеофрагмент ток-шоу «Наедине со всеми» и «На ночь гладя». Выделите особенности речевого поведения каждого из ведущих, сравните их между собой. Какие гендерные особенности речевого воздействия можно выделить?*

1 группа учащихся создает текст на основе «женских» особенностей речевого воздействия, 2 группа – «мужских».

Данный тип задания ориентирован на левополушарных кинестетов и аудиалов, так как присутствует работа с восприятием информации на слух, письменная работа, классификация материала и установление логических связей. Вторая часть задания рассчитана на правополушарных учащихся: продумывается коммуникативная ситуация, используется образное мышление, развивается речевая способность учащихся.

7. Прослушайте предложения. Выпишите уместное и неуместное употребление метафор и фразеологических оборотов, распределяя их на две колонки. Дайте толкование метафорам и фразеологическим оборотам. Составьте диалог с использованием двух из них и представьте в виде сценки.

1) *«Степь цвела: словно факелы стояли красные и жёлтые тюльпаны, голубые колокольчики, степной мак»;*
2) *«Судья был такой же простой и скромный, как и его кабинет»;*

3) *«Перед зрителями выступят укротители огня» (о пожарных);*
4) *«Стюардесса посмотрела на меня нежным глазом и пропустила вперед»;*
5) *«Человек – чистая доска, на которой внешнее окружение вышивает самые неожиданные узоры»* [Остерайхер, 2014].

Задание будет полезным для работы с аудиальным каналом восприятия, так как информация должна восприниматься на слух; кинестетическим и визуальным, так как присутствует письменная работа. Для учащихся с доминирующим левым полушарием в задании есть элемент с классификацией и работой со словарями, логическими связями, с правым – составление своего текста и разыгрывание сценки, работа с воображением и фантазией.

8. Назовите три - пять самых популярных фразеологических оборотов и метафор из вашей речи, дайте им толкование. В каких коммуникативных ситуациях они буту успешны, а в каких нет?

Запишите неизвестные вам метафоры и фразеологические обороты. Составьте с каждым из них предложение.

9. *Представьте, что вы известный ведущий популярного ток-шоу. Составьте выступление с использованием метафор и фразеологических оборотов, чтобы достичь вашей коммуникативной цели. Представьте ваше выступление.*

Таким образом, задания, направленные на составление своего текста, продумывание коммуникативной ситуации, используют образное и абстрактно-логическое мышление, способствуют развития речевой способности и реализации воспитательных и развивающих задач.

Цели, задачи и содержание курса могут быть скорректированы в зависимости от особенностей учащихся. Задания к элективному курсу так же могут быть скорректированы в соответствии с проблемными местами у учащихся и их интересами.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате рассмотрения теоретических аспектов речевого поведения и анализа их приемов речевого воздействия, используемых ведущими Ю. Меньшовой, Б. Берманои и И. Жандарёвым в ток-шоу «Наедине со всеми» и «На ночь глядя», можно сделать следующие выводы:

1. *Речевое поведение* – это речевые поступки коммуникантов в определенной коммуникативной ситуации, сформированные на основе общих правил и индивидуальных особенностей.

2. *Речевое воздействие* – это некое целенаправленное воздействие на коммуникативного партнера посредством вербальных средств. Жанр ток-шоу располагает к сознательному использованию ведущими ряда приемов речевого воздействия как на участников, так и на зрителей.

3. *Речевая тактика* – это конкретный этап на пути достижения коммуникативной цели. Набор речевых тактик, используемых ведущимконкретного ток-шоу: *воздействие на собеседника с целью полного раскрытия темы, провокационные вопросы, комплимент, проективные тактики и приемы установления контакта с собеседником.*

4. Для тактических приемов можно обозначить *языковые средства* их реализации:

1) Обращения в форме мест. 2 лица мн. Числа («Вы»-формы) или по имени и отчеству с целью отметить уникальность гостя, уважение к нему(*А бывает такое в жизни, что Вы просто возненавидели вот именно в силу быта*);
2) Использование вводных конструкций для создания дружеской, откровенной атмосферы для разговора: (*мне кажется, я думаю, я бы сказала…,наверное и т.п.);* так же ведущие демонстрируют личную заинтересованность в беседе с помощью личного местоимения (я, меня, мне);

3) С целью подчеркивания самостоятельность и значимости гостя используются глаголы в форме 2 лица мн. числа (Вы назвали, Вы обрели, Вы сделали, Вы делали и т.д.);
4) Для установления контакта с собеседником телеведущие пользуются оценочной и восхваляющей лексикой в их адрес: (Вы приняли серьезное, ответственное решение; Вы такая статуэтка; с особым интересом; актриса яркая, смелая; специально подготовили и т.д.).

5. Речевое воздействие в речевом поведении имеет ряд гендерных особенностей:

1) Речевое поведение ведущих-мужчин в целом можно определить как деловое, преобладают предметная и информационная цели общения (официальное обращение по И.О., клишированность).

Мужчины в процессе коммуникации стремятся занять доминирующую позицию (провокационные вопросы «в лоб», употребление глаголов, демонстрирующих интеллектуальное преимущество). Их речевое поведение логично о обобщенно(отсылки к конкретным работам героев, конкретным личностям, опора на цитаты из произведений искусства, деятелей искусства).

Передача фактов осуществляется объективно, мужчины делают вывод на основе объективного анализа, язык ведущих точен и терминологичен (оценка работоспособности героя, резкие, четкие фразы, поднимаются проблемы общественной жизни, профессиональная тематика гостя).

2) Женское речевое поведение – гармонизирующее, они нивелирую отношения субординации (обращение на «Ты», уменьшительно-ласкательные формы имени, личный взгляд ведущей на ситуацию, историю героя), доминирующая цель – коммуникативная.

Передача фактов осуществляется субъективно, на основе чувств и преломления через личностный опыт, события пропущены сквозь призму эмоционального состояния ведущей.

Ведущие-женщины более ориентированы на собеседника, они строят общение на основе «прочтения» гостя, значит, речь их построена на диалогических принципах (темы личной жизни героев, бытовая тематика, морально нравственные стороны гостя).

Таким образом, речевое поведение ведущих ток-шоу зависит от особенностей речевого воздействия: коммуникативной цели и способов ее реализации, гендерных особенностей говорящего.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. Баранов А. Н. Что нас убеждает? (Речевое воздействие и общественное сознание). - ., 1990.
2. Березин В. М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. – М.: РИП-холдинг, 2003. – 287 с.
3. Булгаков М. «Они хочуть свою образованность показать…»: [Электронный ресурс]. URL: http://e-libra.ru/read/110426-oni-xochut-svoyu-obrazovannost-pokazat....html(Последняя дата обращения 10. 05. 2018).
4. Вакурова Н.В., Московкин Л.И. Типология жанров современной экранной продукции. – М., 1997.
5. Веденская Л. А., Павлова Л. Г. Культура и искусство речи: Современная риторика. Ростов на Дону, 1999.
6. Винокур Т. Г. Говорящий и слушающий. Варианты речевого поведения. – М., 1993.
7. Володина М. Н. Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования: учеб. пособие. – М.: Издательство МГУ, 2003. – 245 с.
8. Гетте Е. Ю. Речевое поведение в гендерном аспекте: проблемы теории и методики описания. Воронеж, 2004.
9. Грайс Г. П. Логика и речевое общение: Электронный ресурс. URL: http://kant.narod.ru/grice.htm (Последняя дата посещения: 07. 05. 2018).
10. Иссерс О.С. Коммуникативный менеджмент: типы речевых стратегий// Культуры народов Причерноморья. Научный журнал. № 82. Т.1. – Симферополь, 2006. - С. 183-185.
11. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Изд. 5-е. М.: Издательство ЛКИ, 2008. 288 с.

12. Иссерс О. С. Речевое воздействие: учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью». – 2-е изд. М.: Флинта: Наука, 2011. 224 с.
13. Картушина Е. А. Гендерные аспекты фразеологии в массовой коммуникации: автореф. дисс. … канд. филологических наук. Ижевск, 2003.
14. Карнеги, Д. Как завоевать друзей и оказывать влияние на людей. 5 навыков./Д. Карнеги; пер. с англ. И. В. Гродель. – 2-е изд. – Минск: Попурри, 2012.
15. Ким М.Н. Новостная журналистика. Базовый курс. Учебник. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А.
16. Кирилина А. В. Гендерные аспекты массовой коммуникации // Гендер как интрига познания. М.: Рудомино, 2000. С. 47-80.
17. Клюев Е.В. Речевая коммуникация: Учебное пособие для университетов и институтов. – М.: РИПОЛ КЛАССИК, 2002- 320с.
18. Копнина Г. А. Речевое манипулирование: учеб.пособие. – 2-е издание. М.: Флинта, 2008. 176 с.
19. Копанева Т. Г. Гендерный аспект языка и коммуникации (социально-философский анализ): автореф. дисс. … канд. филологических наук. Ростов н/Д., 2003.
20. Крейдлин Г. Е. Мужчины и женщины в невербальной коммуникации: культурно-универсальные и культурно-специфические особенности невербального коммуникационного поведения // Гендер: Язык, Культура, Коммуникация. Материалы Международной конференции. М., 2003. С. 67-68.
21. Леонтьев А. А. Основы психолингвистики. М.: Смысл; СПб.: Лань, 2003.
22. Матвеева Т.В. Риторический практикум журналиста. Учебное пособие. «Флинта», 2014.

23. Матвеева Т.В. Управление собеседником в диалогическом речевом общении// Проблемы речевой коммуникации: Межвуз. сб. науч. тр. Вып. 4. – Саратов, 2004.
24. Миронова Н. Речевое воздействие и его инструменты / Дошкол. воспитание. – (Профессия-педагог). 2009. №6.. С. 112-117.
25. Могилевская, Э.В. Ток-шоу как жанр ТВ: происхождение, разновидности, приемы манипулирования / Э.В. Могилевская // Акценты: новое в массовой коммуникации: альманах. – Воронеж, 2006. - Вып.5-6. - С.40-47.
26. Остерайхер Л. Троп. Виды тропов. Ошибки и недочёты, связанные с их употреблением, 2014. [Электронный ресурс]URL: http://studyjourn.blogspot.ru/2014/07/blog-post_31.html (Последняя дата обращения 11. 05. 2018)
27. Пазухин Р. В. Язык, функция, коммуникация / Вопросы языкознания. – 1979. №6. - С. 42-50.
28. Родченко И. Г. Хозяин слова. Мастерство публичного выступления. – М., 2013. - С. 79-83.
29. Стернин И. А. Лексическое значение слова в речи. Воронеж, 1985.
30. Стернин И. А. Практическая риторика в объяснениях и упражнениях для тех, кто хочет научиться говорить. – Воронеж: «Истоки», 2011.
31. Стернин И. А. Введение в речевое воздействие. Воронеж, 2001.
32. Третьякова В. С. Речевое воздействие и способы его оптимизации в межличностном общении / Лингвистика: бюллетень Уральского лингвистического общества / Урал.гос. пед. ун-т; отв. ред. В. Н. Томашпольский, А. П. Чудинов. Екатеринбург, 2000. – Т. 5. С. 82-93.
33. Википедия: [Электронный ресурс]. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/На_ночь_глядя(Последняя дата обращения 10.05.2017).

34. Дилетант: Исторический журнал для всех, 2015.[Электронный журнал]. URL: http://diletant.media/articles/25922991/
35. Первый канал/ Телепроекты. URL: http://www.1tv.ru/video_archive/projects/inprivate
36. Крупнейший сборник онлайн словарей. URL: http://www.onlinedics.ru/slovar/bes/t/tok-shou.html
37. Степанова Н. Берман и Жандарев вышли в ночной дозор: [Электронный ресурс]//Известия. URL:http://izvestia.ru/news/314702(Последняя дата обращения: 17.05.2017).
38. Сабурова О. Берман и Жандарев о своем проекте «На ночь глядя»: [Электронный ресурс]//Собеседник. URLhttp://sobesednik.ru/publications/sobesednik/2008/08/30/berman-gandarev (Последняя дата обращения 17.05.2017).