

ID: 2017-06-4451-T-14760

Тезис

Кряквина Е.В., Мартиросян Е.А.

Влияние речевого поведения ведущего на популярность телевизионного шоу
ФГБОУ ВО Саратовский ГМУ им. В.И. Разумовского Минздрава России, кафедра русской и классической филологии

Научный руководитель: Барсукова М.И.

Несмотря на сугубо творческий характер, который должно носить телевидение, менталитет государства накладывает на концепции шоу некоторые штрихи. «Национальные» штрихи вкпе с режиссерской задумкой во многом определяют индивидуальность того или иного шоу. Однако не менее важным оказывается речевое поведение ведущего. Но ввиду коммерческой ориентированности большинства ТВ шоу можно отметить некоторые схожие черты западных и отечественных программ, ведь успешнее взять уже готовую программу с высоким рейтингом и по её подобию сделать свою адаптацию.

Примером может служить шоу, матрицей для которого служат «Late Night Show» американского формата. В его разработках участвовали специалисты из США, в том числе ведущие аналогичного формата Джимми Фэллон и Дэвид Леттерман. Проект «Вечерний Ургант» вначале вызвал негативные отзывы зрителей. Утверждали, что у шоу нет собственных идей и особенностей. Сейчас же мы видим совсем другую ситуацию: в студию приглашают российских и зарубежных артистов, введены особенные и «самостоятельные» рубрики. Однако основой успеха, на наш взгляд, является речевое мастерство ведущего.

В задачи нашего исследования входило рассмотрение речи ведущего с точки зрения поддержания зрительского внимания. Материалом послужили расшифрованные записи выпусков передач «Вечерний Ургант». Проследив, каким образом И.Ургант реализует тактику поддержания зрительского внимания, мы пришли к некоторым выводам. Адресация к телезрителям и обращения (*вы видите/ вот вы/ жители России/ не москвичи/ видите?//; внимание/ люди/ Россияне//*), парцелляция (*у нас насекомые размером с детей// в Москве!//*), языковая игра (*спортивная диктатура*), ирония (*в нём использованы новейшие технологии/ которых не было ни в одном горнолыжном курорте// Во первых это интересный очень фуникулёр// Фуникулёр/ это когда солдаты/ как бы по цепочке/ на руках передают горнолыжника к началу трассы/ к спуску//*), вопросно-ответная форма реплик (*вы будете лежать на курортах Кубани Краснодарского края/ а над вами будут кружить самолеты беспилотники// Вопрос/ почему беспилотники?// Потому что раньше пробовали обычные самолёты с пилотами/ но уже через полчаса они цепляли к самолету банан/ и начинали катать желающих//*) – вот неполный перечень тех языковых средств, которые позволяют ведущему удерживать внимание телезрителей.

Ключевые слова: телевидение, телевизионные шоу, речевое поведение