

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра общего литературоведения и журналистики

**Коммуникационная стратегия автора-ведущего в общественно-  
политических программах (на примере передачи Алексея Пиманова  
"Человек и закон")**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студента 4 курса 431 группы  
направления 42.03.02 «Журналистика»  
Института филологии и журналистики

Сытько Владимира Олеговича

Научный руководитель

Зав. каф., д.филол. н., проф.

\_\_\_\_\_

подпись, дата

В.В. Прозоров

Консультант

д. филол. н., проф.

\_\_\_\_\_

подпись, дата

К.М. Захаров

Зав. кафедрой

д.филол.н., профессор

\_\_\_\_\_

подпись, дата

В.В. Прозоров

Саратов  
2023

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**Актуальность темы исследования.** Современное телевидение, постоянно претерпевающее трансформации в соответствии с общеисторическими культурными, политическими, геополитическими, психологическими, социальными процессами, ищет новые формы влияния на аудиторию, среди которых видное место принадлежит авторским программам. Авторские программы, которые представлены на центральных и региональных телеканалах, охватывают широкий тематический спектр и имеют значительную аудиторию зрителей.

Авторская программа, которая является явлением чрезвычайно популярным, порождает одно из главных завоеваний современного телевидения – формирование общественных ценностей, высвобождение личности ведущего, его свобод и прав высказывать мнения, приобретает всё больший зрительский спрос. Создание авторских телевизионных программ требует выбора определённой фигуры телевизионного ведущего, который бы может стать образцом для подражания зрителей и при этом отражал требования телезрителей к ведущему программы. Таким образом, можно утверждать, образ и личность автора-журналиста в эфире, его активная социальная позиция является наибольшим фактором воздействия на массовую аудиторию.

Тема ВКР обусловлена интересом к созданию особой атмосферы доверия зрителя к информационному продукту, основанной на коммуникативных технологиях взаимодействия автора-ведущего в эфире. История телевидения свидетельствует о трансформации авторского самовыражения на телеэкране, постепенном подчёркивании личностного «я». Характер отношений автора с аудиторией регулируются степенями персонификации, а именно: персонифицированная информация; обобщённая по коммуникатору информация, где автор программы является;

интерпретируемая информация от автора, который является авторитетом для зрителя в сложных вопросах.

Запланированное исследование основано на гипотезе, что автор и его аудитория – неразрывно связанные единицы, они не противопоставлены друг другу, а в своём взаимодействии извлекают взаимовыгодную пользу, формируя собственный/авторский контент. Автор получает отзывы, которые непосредственно отражаются в динамике его подачи, а аудитория – тот контент, который они хотят видеть.

Исследуя вопрос трансформации ведущего в медийном пространстве важно понимать, что именно ведущий является связующим мостиком, между зрителем и журналистом. Ведущий – это человек, который сознательно берёт ответственность за эфир на себя. Сегодня имидж ведущего не ограничивается только целенаправленно сформированным образом, это стало частью коммуникативного процесса.

Таким образом, актуальной проблемой на сегодняшний день является авторская позиция при производстве общественно-политических программ. Этот жанр программ имеет определённое влияние на зрителей и, соответственно, зависят от них. Быстрое развитие информационно-коммуникативных технологий привело к актуализации вопросов взаимозависимости авторского и коллективного на телевидении.

К исследованию этой темы обращались такие учёные, как А.А. Князев, Г.В. Кузнецов, В.Л. Цвик, А.Я. Юровский, В.А. Саруханов, С.А. Муратов, Д.П. Ким и др.

Е.Я. Дугин<sup>1</sup> считает, что на телевидении взаимодействие со зрителями выступает в двух проявлениях – коммерческом и для повышения рейтинга через создание дополнительных стимулов для зрителей. Отчасти можно сказать, что именно второе проявление будет рассматриваться наиболее подробно в моей работе.

---

<sup>1</sup> Дугин, Е.Я. Модели взаимодействия телевидения с аудиторией: между новыми и традиционными медиа / Е.Я. Дугин, О.А. Куприянов // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2017. №5. – С. 72-83.

Как пишет В.В. Прозоров в книге «Другая реальность»: «в той же мере, в какой я, читатель, слушатель, зритель выбираю этот текст, пробую его прилежно осваивать и воспринимать, сам текст не остаётся безразличным ко мне»<sup>2</sup>. Это Валерий Владимирович называет «эффектом взаимности» и во многом именно проявления этого эффекта изучаются в этой работе на примере взаимодействия зрительского восприятия и авторской подачи.

В своей работе «Сравнительный анализ экстралингвистических особенностей авторских информационно-аналитических телепрограмм»<sup>3</sup> А.А. Каширин для описания авторского воздействия использует термин «информационное поле» автора как совокупность образов и связанной информации, которая приходит на ум при упоминании этого автора. При этом он для характеристики разных типов ведущих использует систему А.В. Болотнова<sup>4</sup>, выделяя три типа телевизионных ведущих – ведущий как писатель, как журналист и как эксперт. Эту классификацию считаю возможным использовать при анализе «информационного поля» Алексея Пиманова как ведущего авторской общественно-политической программы.

Очевидно, что в практике авторских телепрограмм конвенциональная коммуникативная стратегия основывается на принципах диалога, в то время как манипуляционная и презентационная стратегии реализуются в монологичной форме и базируются на принципах доверия.

Вопросы доверия, с точки зрения журналистики, являются актуальными и вызывают много споров среди специалистов. В работе «Проблема доверия» А. Селигмен трактует «доверие» как «ассоциативную связь», которая основывается на навязывании другому человеку определённых качеств или образа мысли, хотя это в реальной жизни это может не совпасть.

---

<sup>2</sup> Прозоров, В.В. Другая реальность: очерки о жизни в литературе. / В.В. Прозоров. - Саратов: Лицей - 2005 - 208 с.

<sup>3</sup> Каширин, А.А. Авторские телепрограммы как объект коммуникативно-прагматического исследования / А.А. Каширин // Вестник ТГПУ. 2016. №7 (172). – С.151-155.

<sup>4</sup> Болотнов, А.В. О некоторых ключевых понятиях формирующейся информационно-медийной парадигмы в русистике / А.В. Болотнов // Вопросы когнитивной лингвистики. 2015. №1 (42). – С.111-113.

Таким образом, в данной ВКР будут рассматриваться вопросы формирования коммуникационной стратегии в общественно-политических программах на основе авторской позиции журналиста-ведущего телепрограммы.

**Объект ВКР** – авторская позиция А.В. Пиманова в общественно-политической программе «Человек и закон».

**Предмет данной ВКР** – коммуникационные стратегии для представления авторской позиции на современном российском телевидении.

Таким образом, **целью ВКР** является изучение и обобщение теоретической базы и определение основных тенденций в формировании коммуникационной стратегии ведущего на основе собственной авторской позиции. В качестве базы для данного исследования была выбрана общественно-политическая программа Алексея Пиманова «Человек и закон».

«Человек и закон» общественно-политическая авторская программа Алексея Викторовича Пиманова. Базовой тематикой выпусков являются журналистские расследования и разоблачения в сфере деятельности правоохранительных органов. Основные вопросы, которые поднимаются в программе, касаются самых резонансных событий, произошедших в стране в сфере политики, экономике или социальной жизни. По статистике самой популярной темой эфира являются сюжеты политической направленности (их доля в эфире занимает 42% времени).

Впервые выйдя в эфир 10 марта 1970 г., программа не потеряла своей актуальности – материалы выпусков всегда затрагивают резонансные темы, широко обсуждаемые в СМИ и обществе, при этом контент программы носит познавательно-аналитический характер.

Для реализации цели выпускной квалификационной работы были решены следующие **задачи**:

1. Рассмотрены теоретические вопросы жанра общественно-политических программ.

2. Обосновано использование авторской позиции как базовой характеристики для общественно-политических телепрограмм.

3. Проанализирован процесс формирования коммуникации между программой и зрителем, а также выбор коммуникационной стратегии.

4. Проанализировано информационное поле личности А. Пиманова как фактор эффективной коммуникации со зрителями.

5. Обоснован выбор коммуникационной стратегии автора-ведущего программы «Человек и закон».

Для решения поставленных задач были использованы работы отечественных и зарубежных исследователей по вопросам коммуникации и телевидения, а также общенаучные и специально-научные методы, такие как общенаучный диалектический, логико-семантический, сравнительно-правовой, системно-структурный, статистический.

Общенаучный диалектический метод использовался при изучении формирования и развития имиджа ведущего публицистических программ. Логико-семантический метод дал возможность сформулировать ряд определений и понятий, в частности, авторской позиции при создании публицистических программ, а также сравнить их с другими жанрами программ. Системно-структурный метод использовался при определении места ведущего в современном информационном пространстве и его профессиональных качествах.

Выпускная квалификационная работа включает Введение, две главы, Заключение и Список использованных источников.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

**В первой главе «Авторская программа как способ отражения действительности в системе общественно-политических телевизионных программ»,** автором предпринята попытка охарактеризовать жанровые особенности общественно-политических программ.

Общественно-политические программы на советском телевидении давно стали популярным аналитическим жанром, но при усилении процессов

глобализации зритель нуждался в свежем взгляде на этот формат. Ведущие российские телеканалы производили порядка 20 таких телепрограмм. «Новым дыханием» данного жанра в России принято считать двух известнейших журналистов – Владислава Листьева и Владимира Познера, в 1992 году на телеэкраны вышли две авторских программы «Тема» и «Мы».

Авторские программы могут выполнять информационную, идеологическую, образовательную, рекреативную, информационно-справочную функции. Специфика влияния авторских телевизионных программ просветительского направления на общенациональных и региональных российских телеканалах определяет мастерство телевизионного ведущего, который отвечает за анализ и обсуждение конкретной тематики в общественной среде. Независимо от рейтинга и «формата», авторская телепрограмма обуславливает присутствие в эфире личности, имеющей «своё» выразительное лицо. Спецификой современного телевидения является большое количество авторских программ, широко представленных на центральных и региональных телеканалах. Их появление обусловило «высвобождение» личности журналиста, собственного «Я», когда каждый может независимо выражать мнения и принять участие в создании собственной авторской телепрограммы.

Один из родоначальников авторских программ на современном российском телевидении Влад Листьев признавался, что ориентировался на интуицию, основываясь на собственном видении журналистики, программы создавались, опираясь на специфику общественно-политической жизни страны и интересов зрителя.

Одной из таких особенностей является стиль ведения общественно-политической программы, который преимущественно соответствует принципам официального общения. Работа в кадре и осуществление взаимодействия со зрительской аудиторией должна иметь конструктивный, «серьёзный» характер, но обязательны отступления для снятия напряжения. Ведущие в таких программах — это «наставники», миссия которых не только

информирование населения, но и конструктивное объяснение насущных проблем, а также предложение методов их решения. Из этого вытекает следующая, не менее важная особенность.

Этой важной особенностью является ведущий. Автор-ведущий телевизионной программы является определённым феноменом телевидения, занимая гражданскую позицию, благодаря общественному интересу к его телепрограмме выстраиваются принципы его работы над замыслом, драматургические технологии создания телевизионного произведения, этапы создания аудиовизуального авторского продукта, особенности формирования и воплощения на языке экрана авторского замысла. Стоит отметить, что авторский, по сути, творческий источник предусматривает ряд требований, а именно: чёткую гражданскую позицию, профессиональную компетентность, профессионализм, личные качества: независимость, зрелость, уверенность, честность, искренность. Можно утверждать, авторская программа – вершина телевизионного журналистского мастерства, должна поднимать вопросы и формировать гражданскую позицию общества.

Однако, вопросы авторской программы на телевидении практически не обсуждаются научным сообществом, чаще всего авторские проекты поднимаются в работах, посвящённых киноискусству.

Интерпретация фактов и их объяснение на основе собственного опыта является одной из важных составляющих авторских проектов. Авторская журналистика базируется на объективных фактах и реальных событиях, поэтому наиболее сложной задачей является журналистский отбор материала и дальнейшее творческое преобразование объективной реальности в элементы текста. Исследуемая нами передача «Человек и закон» относится к категории программ, выпускающихся по модели off-line, позиционирует себя как объективная, т.к. выступает с резкой критикой происходящей в стране несправедливости в самых разных сферах жизни, используя для этого законодательство, экспертные комментарии и проводя собственные журналистские расследования.



Успех телепрограммы, а также популярность и узнаваемость ведущего, зависит в первую очередь от того, удалось ли создать атмосферу доверия со стороны зрительской аудитории. Над темой имиджа телеведущего и его места в современном информационном пространстве работало достаточно много учёных. Ведущим и выпускающим редактором (автором) программы «Человек и закон» является Алексей Викторович Пиманов, который предстаёт в образе очень начитанного и интеллигентного человека. В подводках к материалам он неоднократно делает отсылки к самым различным произведениям искусства и мировым событиям. В кругозор ведущего входит не только «золотой фонд» мировой классики кинематографа и литературы, но и самые разные социологические и научные исследования, результатами которых он делится со зрителем во время эфира.

Уже на момент выхода авторской программы «За кремлёвской стеной» Алексей Викторович сформировал свой индивидуальный стиль и манеру поведения в кадре. В повседневной жизни, например, в интервью, речь Алексея Пиманова более живая и эмоциональная. В кадре же журналист становится сдержанным, неотрывно смотрит в камеру прямо на зрителя, а речь его твёрдая и беспрекословная. Даже спустя почти сорок лет Алексей Викторович сохранил то же поведение в кадре в программе «Человек и закон». Эта манера общения не вызывает сомнений у зрителя ни на секунду, обращая всё его внимание на экран.

Важно иметь в виду, что образ телеведущего – это категория коммуникативная, содержащая две составляющих вербальную и невербальную.

Итак, профессия телеведущего выдвигает ряд требований разнообразного характера, как к профессиональным характеристикам, так и к личным качествам, определяет его стиль. За годы существования телевидения сформировался образ желаемого ведущего: сочувствующий, имеет аналитический ум, глубокий, уважительный, не авантюрист, аскет,

принципиальный, работает для других, чувствует настроение других, имеет хорошее настроение, приятную внешность и великолепный внешний вид.

**Во второй главе «Анализ коммуникационных стратегий общественно-политической программы «Человек и закон»», автор проанализировал способы коммуникации автора-ведущего А.В. Пиманова со зрителями программы.**

Рассматривая модели вещания в главе 1 был сделан вывод о том, что передача «Человек и закон» относится к категории программ, выпускающихся по модели off-line. На данный момент программа выходит в формате записи на телевидении, на сайте «Первого канала» публикуются выпуски, здесь же редакцией организована обратная связь от зрителей.

Однако даже в данной системе многое зависит от коммуникатора. Автор направляет вектор разговора, пытается завязать диалог с читателем, но не всегда ему это удаётся. Зачастую монологичность мышления автора или читателя может быть препятствием для эффективных диалогов в медиа. Но вставные речевые конструкции, прецедентный текст и риторические фигуры, которые автор использует в своём тексте, могут эффективно действовать на читателя, обеспечивая качественный диалог.

Исследование шоу Алексея Пиманова позволило отнести его к «авторам-альтруистам», т.е. это – это журналист, который пишет текст для читателя. Такой автор вводит читателя в текст посредством средств создания диалога, ведёт его через «трусобы» материала, пытается время от времени активизировать его внимание, акцентирует на важных моментах, строит публикации разными способами, чтобы читатель мог легко усвоить информацию. «Автор-альтруист» пишет для читателей, а значит, соответствует их ожиданиям.

Ведущий авторской программы одновременно является и её автором, то есть ведущий является первоисточником, создателем. Журналист может выражать своё авторское «Я». Образ автора предстаёт как максимально

индивидуальный, можем проследить автобиографические элементы самого автора, позиция автора – субъективна.

Подготовка и съёмка любой телевизионной программы требует кропотливой работы большого коллектива специалистов. Однако автор неизбежно присутствует в каждом произведении. Любая аудиовизуальная система на телевидении невозможна без авторской мысли и авторской концепции. Алексей Викторович Пиманов является не только единственным ведущим, но и продюсером передачи с 1997 года. Таким образом, можно утверждать, что у Алексея Викторовича находится почти полный контроль за производством программы на каждом из его этапов.

Учитывая современные реалии, можно систематизировать базовые цели коммуникации на три группы: конвенциональные, конфликтные и манипуляционные. Следует отметить, что современный зритель не может достаточно долго фокусироваться на одном источнике информации в силу объективных и субъективных причин, т.к. аудитория не ориентируется на один конкретный тип массмедиа. Доминантными или привлекающими внимание становятся новизна сообщения или всеобщая обсуждаемость каких-либо событий, иллюстративное или аналитическое сопровождение текста, представление их «медийными»/авторитетными экспертами, а также тиражирование информационных потоков с помощью различных медийных платформ, в том числе конвергентных.

Анализируя структуру экранного произведения, нужно отметить, что изображения и слово находятся в неразрывном единстве, взаимно дополняя и объясняя друг друга.

Понятие телевизионного текста, с точки зрения современной медиакультуры, достаточно многозначно. Материал, написанный и озвученный в кадре или за кадром, – это не просто аудиовизуальное сообщение, это часть массовой коммуникации. Автор базируется на жизненном материале, социальной реальности, который затем берёт за основу произведения. Богаче, чем литературная основа, может быть только

реальность. Основой профессионального мастерства является талант и умение из совокупности реальной картины мира только действительно необходимые фрагменты для обсуждаемой темы.

Ещё один важный момент в произведении – это создание авторской композиции. Без неё невозможно достичь желаемого эффекта. Автор компонует материал по определённым принципам организации – это и есть композиция. В программе «Человек и закон» достаточно сложно проследить конкретную композицию. Каждый выпуск представляет из себя сборную компиляцию самых важных, по мнению редакции, новостей недели. Впрочем, у программы есть несколько постоянных рубрик, название которых можно узнать из описания записей выпусков, содержащихся на сайте Первого канала. Самая частая рубрика в выпусках – это «Правовой дайджест недели», в которой собраны несколько небольших новостей, связанных с нарушениями различных законов. Другая рубрика – «Мифы о здоровье» – посвящена журналистским расследованиям, связанным с темами, которые касаются товаров, услуг или их производителей, которые могут нанести вред населению.

Итак, каждый ведущий-журналист должен придерживаться основных принципов журналистики: правдивости, конкретности, фактичности. Установление контакта с аудиторией является одной из главных целей ведущего, при этом необходимо достичь такого взаимодействия со зрителем, чтобы не навязывать собственное мнение, а обеспечить непринуждённый, практически дружеский разговор.

Есть немало примеров, как внимательно относится Алексей Пиманов к своему зрителю. Во-первых, автор осознаёт, что зритель может не обладать глубокими знаниями персоналий, во-вторых, автор экономит время зрителя, поэтому подаёт материал тезисно, а в-третьих, журналист озабочен тем, чтобы зрителю было интересно. Он обладает уникальным стилем, который зрители могут сразу распознать. Обращаем внимание на оригинальность стиля автора и на его креативность в построении журналистского материала.

В процессе подготовки ВКР было просмотрено более пятидесяти выпусков за период 2014-2023 года для анализа характеристики поведения Алексея Викторовича Пиманова в эфире и используемых приёмов коммуникации со зрителем. Проанализировав все моменты, в которых Алексей Викторович обращается к зрителям, можно сделать выводы об определённой коммуникационной стратегии для взаимодействия с аудиторией.

Цель автора – заинтересовать зрителя, «зацепить» его внимание, поделиться определёнными ощущениями и эмоциями. Телевизионный образ не является объективным, поскольку его предлагает конкретный человек – телеоператор, режиссёр монтажа или журналист. Важно, что сочетание понятийно-логических и эмоционально-образных способов аргументации может оказывать значительное влияние на сознание телезрителя. Когда журналист создаёт эмоциональный фон сюжета, то есть, подбирает как визуальные, так и вербальные образы, он принимает во внимания, что может сработать двойной эффект: средства эмоционального воздействия могут, как помочь зрителю лучше осмыслить материал, отчётливее выразить своё отношение к событию, так и исказить истину, сместить акценты, стать манипулятивным инструментом для осуществления конкретной цели.

Выпуск программы всегда начинается с короткой вступительной заставки длиной 20 секунд, после которой Алексей Пиманов начинает приветственную речь, которая обычно ограничивается вводным тезисом. Его значение не всегда очевидно. Часто, кажется, будто это случайная мысль. С одной стороны, может показаться, что автор монологичен в своих высказываниях и их смысл не доходит до зрителя. Однако это также может быть вполне рабочий способ привлечь внимание – озвучить спонтанную идею, которая вызовет множество вопросов у случайного слушателя и заставит его остаться подольше в ожидании ответа на свои вопросы. С другой стороны, иногда эти тезисы задают тон всему выпуску.

Алексей Викторович как ведущий появляется на очень короткое время между материалами выпуска. Поэтому справедливо предположить, что именно в этих комментариях кроется особенный стиль Алексея Пиманова, то, что привлекает зрителя.

Алексей Викторович как ведущий появляется на очень короткое время между материалами выпуска. Поэтому справедливо предположить, что именно в этих комментариях кроется особенный стиль Алексея Пиманова, то, что привлекает зрителя.

Прецедентный текст, как один из методов диалогизации в его творчестве, занимает важную роль в воздействии на восприятие аудитории. Такие средства формируют индивидуальный стиль, ведь экскурс в другие произведения автор делает не только для того, чтобы показать, насколько он осведомлен, но и с целью найти общий язык со зрителем.

Благодаря обращению к прецедентным текстам, просмотр программы превращается в игру, где зритель состязается с редакцией программы в фантазии, угадывании дальнейшего сюжета. Этот элемент игры привлекает своей внезапностью и полным отсутствием наказания за поражение.

Не только вступление, но и эпилог имеет значение. Финальная лаконичная мысль как бы закупоривает озвученный материал, подводит итог описанной ситуации, отдавая её на суд зрителю. Завершающее слово Алексея Викторовича может иметь разную направленность. В одном случае это анекдот, в другом случае – поучительная цитата.

На наш взгляд, следует сделать акцент на внешнем виде Алексея Пиманова в кадре, ведь это одна из главных вещей, на которые в первую очередь смотрит зритель. Образ Алексея Викторовича прост – никаких строгих костюмов, только куртки, футболки и джинсы. Он непримечателен, но именно поэтому выделяется.

Для описания образа информационного поля Алексея Пиманова проведён анализ не только выпусков программы «Человек и закон» за 2021 год, но и интервью с его участием. Нами были выбраны интервью от самых

разных авторов. В частности, мы рассмотрели материалы газеты «Комсомольская правда» от 9 февраля, материал с сайта телеканала ОТР, а также материал с канала «Белорус и Я» на платформе Яндекс.Дзен и интервью на платформе «Вокруг ТВ». Однако анализ информационного поля будет неполноценным, если не рассматривать отзывы и рецензии зрителей на анализируемую нами программу.

В интернете среди анонимных пользователей личность Алексея Викторовича регулярно подвергается критике из-за его политических взглядов – стоит уточнить, что Алексей Пиманов считает себя активным и идейным патриотом. Однако даже среди громких заявлений о лицемерии журналиста можно найти добрые комментарии, которые убеждают, что сделанный им выбор при руководстве программы не был ошибкой. Из всех этих фактов можно сделать один единственный однозначный вывод – честность Алексея Пиманова если и подлежит сомнению, то только со стороны лиц, плохо знакомых с информационным полем журналиста.

Информационное поле А.В. Пиманова не ограничивается только лишь ролью ведущего программы «Человек и закон», даже вне этой роли он остаётся приятен зрителю, а, следовательно, интересен. Даже сам Алексей Пиманов говорит, что предпочитает, чтобы его считали режиссёром, а не журналистом. Однако и отрицать тот вклад, который он внёс и вносит до сих пор в журналистику, будет неправильно.

**В заключении** сформулированы наиболее важные основные выводы по результатам исследования.

1. Сейчас телевидение играет едва ли не самую большую роль в информировании общества. Особую роль в этих процессах играют общественно-политические программы, которые на советском телевидении давно стали популярным аналитическим жанром, но при усилении процессов глобализации зритель нуждался в свежем взгляде на этот формат.

2. Одной из главных особенностей общественно-политических программ является стиль ведения передачи, который должен соответствовать

принципам официального общения. Работа в кадре и осуществление взаимодействия со зрительской аудиторией должна иметь конструктивный, «серьёзный» характер, но обязательны отступления для снятия напряжения.

3. Можно утверждать, что автор-ведущий телевизионной программы является определённым феноменом телевидения, занимая гражданскую позицию, благодаря общественному интересу к его телепрограмме выстраиваются принципы его работы над замыслом, драматургические технологии создания телевизионного произведения, этапы создания аудиовизуального авторского продукта, особенности формирования и воплощения на языке экрана авторского замысла.

Определяющей чертой авторской программы должна быть прежде всего личность автора, его индивидуальный подход к освещению той или иной темы делает возможным появление в эфире персонифицированных программ. Для таких проектов характерен индивидуальный дискурс, активная авторская позиция и узнаваемое авторское «Я».

Итак, авторская программа – это персонифицированный медийный продукт самого процесса трансляции.

4. Заручившись поддержкой аудитории, ведущий может нести в массы лишь правду, что и является главной задачей журналистики. Но несмотря на важную миссию, ведущий, это прежде всего, лицо канала, ему нужно постоянно работать как над имиджем, так и над формой подачи материала. Образ и имидж ведущего является важной составляющей авторских программ. Участие в программе ярких личностей может привлечь внимание ещё большей аудитории.

5. Информационное взаимодействие является коммуникацией двухвекторной: с одной стороны, выполняется передача информации аудитории, с другой – осуществляется обратная связь от зрителей. Исходя из этого выделяют две модели вещания – on-line и off-line. Off-line модель характеризуется отложенным взаимодействием со зрителем, она не рассчитана на сиюминутную реакцию аудитории на подаваемый материал.



Программа «Человек и закон» относится к категории программ, выпускающихся по модели off-line.

6. В процессе подготовки ВКР было просмотрено более пятидесяти выпусков за период 2014-2023 года для анализа характеристики поведения Алексея Викторовича Пиманова в эфире и используемых приёмов коммуникации со зрителем. Главной целью программы «Человек и закон» является не только дать огласку несправедливости и беззаконию, но и дать ситуации оценку с точки зрения нравственности. Поэтому почти каждый сюжет выпусков имеет две точки зрения – правовой анализ и оценка того, какое влияние имеет ситуация на общественное настроение.

7. Проанализировав моменты, в которых Алексей Викторович обращается к зрителям, можно сделать выводы об определённой коммуникационной стратегии для взаимодействия с аудиторией. Для достижения этих целей А.В. Пиманов использует различные речевые приёмы – например, такие как юмор, иллюстрация с помощью прецедентных текстов, поучительные комментарии, разговорная лексика и манера общения, обсуждение актуальных или бытовых широко распространённых ситуаций и пр.

8. Образ Алексея Викторовича Пиманова складывается из всего многообразия его информационного взаимодействия с аудиторией. Он предстаёт перед зрителем как мудрый взрослый человек, который доказывает свои знания не словами, а опытом и частым обращением к прецедентным текстам, выражая высокую степень культуры и эрудированности. Для описания образа информационного поля Алексея Пиманова были проанализированы не только выпуски программы «Человек и закон», но и интервью с его участием.

Следует отметить, что, отвечая на вопросы про «Человек и закон», А. Пиманов всегда подчёркивает, что попал туда случайно и не считает это своим достижением. Но несмотря на такое отношение, Алексей Пиманов высоко оценивает саму программу, подчёркивая высокий профессионализм

всех создателей передачи. С точки зрения психологии это довольно прямолинейный и действенный приём. В первую очередь, у зрителя сформировался образ простого человека, ведущего, который ничем не хуже и не лучше его самого. И после этого этот человек хвалит программу, как бы вызывая у зрителя аналогичные чувства: «если ему она нравится, значит она должна нравиться и мне». Это подтверждает существование взаимной связи между журналистом и его аудиторией.

9. Таким образом, можно утверждать, что информационное поле Алексея Пиманова не ограничивается только лишь ролью ведущего программы «Человек и закон», даже вне этой роли он остаётся приятен зрителю, а, следовательно, интересен. Сам А. Пиманов говорит, что предпочитает, чтобы его считали режиссёром, а не журналистом. Однако и отрицать тот вклад, который он внёс и вносит до сих пор в журналистику, будет неправильно.