

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Кафедра общего литературоведения и журналистики

**«Авторские стратегии Михаила Швыдкого – ведущего ток-шоу
“Агора”»**

АВТОРЕФЕРАТ МАГИСТЕРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 2 курса 255 группы

направления 42.04.02 «Журналистика» (профиль «Системы управления
средствами массовой информации и коммуникации»)

Института филологии и журналистики

Гвоздюк Аллы Алексеевны

Научный руководитель:

зав. каф., д. филол. н., профессор _____

должность, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

В. В. Прозоров

инициалы, фамилия

Консультант:

к. филол. н., доцент _____

должность, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

Т. А. Волоконская

инициалы, фамилия

Зав. кафедрой:

д. филол. н., профессор _____

должность, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

В. В. Прозоров

инициалы, фамилия

Саратов 2023

Жанр ток-шоу вот уже на протяжении нескольких десятилетий привлекает интерес зрителей и не утрачивает популярности на современном телевидении. Ещё в 1997 году исследователи Н. В. Вакурова и Л. И. Московкин говорили о том, что ток-шоу «является одним из наиболее распространённых на отечественном телевидении жанров»¹. Этот жанр прочно закрепился на российском телевидении, так как практически каждый крупный канал имеет в своём арсенале общественно-политическое, информационно-аналитическое или развлекательное ток-шоу. По данным исследовательской компании «Mediascope», в 2022 году интерес телезрителей к дискуссионным программам только возрос: в будние дни самыми востребованными названы политические ток-шоу «60 минут» (Россия 1), «Вечер с Владимиром Соловьёвым» (Россия 1), «Кто против?» (Россия 1), «Время покажет» (Первый канал); в выходные дни среди развлекательных и неполитических передач лидируют «Привет, Андрей!» (Россия 1), «Пусть говорят» (Первый канал), «На самом деле» (Первый канал), «Песни от всей души» (Россия 1) и ДНК (НТВ)².

По мнению Н. Е. Кондратьевой и Л. В. Мордовиной, популярность ток-шоу обусловлена тем, что такие программы социально значимы, так как дают возможность «проводить определенные мировоззренческие ориентиры и тем самым воздействовать на сознание телезрителей»³. Особенностью этого жанра является то, что он «позволяет моделировать ситуации, сообщая переживать их, заручаясь поддержкой виртуального коллектива, и проговаривать допустимые линии поведения, что восполняет нынешнюю

¹ Вакурова Н. В., Московкин Л. И. Типология жанров современной экранной продукции. М., 1997. С. 41.

² См.: Канал «Россия 1» седьмой раз подряд лидирует по итогам года. Кто за ним? // РИА Новости [Электронный ресурс]. URL: <https://ria.ru/20221225/teletogi-1841141504.html> (дата обращения: 21.02.2023); Какие программы и каналы больше смотрели по ТВ в 2022 году // Российская газета [Электронный ресурс]. URL: <https://rg.ru/2023/01/11/zolotaia-knopka.html> (дата обращения: 21.02.2023).

³ Кондратьева Н. Е., Мордовина Л. В. Ток-шоу как жанр современной массовой культуры [Электронный ресурс] // Аналитика культурологии. 2008. №12. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tok-shou-kak-zhanr-sovremennoy-massovoy-kultury> (дата обращения: 13.02.2023).

нехватку авторитетных суждений и указаний»⁴. Однако, такие исследователи, как Н. Е. Кондратьева, Л. В. Мордовина, А. С. Вартанов, Э. В. Могилевская считают, что основой телевизионного ток-шоу является ведущий. А. С. Вартанов утверждает, что для зрителя ведущий является первой и главной составляющей этого жанра: «Если интересен ведущий, то можно рассчитывать на внимание публики. Если неинтересен, то, увы, безразличие аудитории приходится преодолевать множеством уловок, не всегда приносящих успех»⁵.

Объектом нашего исследования является Михаил Ефимович Швыдкой, автор и ведущий культурного ток-шоу «Агора» на телеканале «Россия Культура».

Предмет исследования – авторские стратегии Михаила Швыдкого, которые реализуются через внешний вид, речевое поведение, взаимодействие с экспертами и контроль за развитием ток-шоу.

В. В. Прозоров в статье «Об авторских стратегиях в литературе» объясняет смысл понятия «авторские стратегии» применительно к художественному тексту и показывает, как они проявляются в текстовой реальности. «Это “идеальный план”, понятие о “программе для себя”, о “сознательной жизненной установке” автора, о его отношении к собственному созданию как к “борьбе замысла и исполнения, логического и внелогического”»⁶, – пишет исследователь. Однако на наш взгляд то, о чём говорит В. В. Прозоров, можно отнести и к публицистическому тексту телевизионной программы. Т. И. Акимова, изучая истоки возникновения термина «авторские стратегии» и случаи его дальнейшего применения, замечает, что в настоящее время это понятие «расширяет границы

⁴ Кондратьева Н. Е., Мордовина Л. В. Ток-шоу как жанр современной массовой культуры [Электронный ресурс] // Аналитика культурологии. 2008. №12. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tok-shou-kak-zhanr-sovremennoy-massovoy-kultury> (дата обращения: 13.02.2023).

⁵ Вартанов А. С. Актуальные проблемы телевизионного творчества на телевизионных подмостках. М., 2003. С. 12.

⁶ Прозоров В. В. Об авторских стратегиях в литературе // Изв. Сарат. ун-та. Нов. сер. Сер. Филология. Журналистика. 2021. Т. 21, вып. 2. С. 181.

литературоведческого анализа и позволяет рассматривать проявление авторского сознания на стыках с различными мирами: жизненным, художественным, культурным, социальным, межличностным»⁷. Но это понятие ещё не применялось по отношению к журналистской сфере.

Цель исследования – выявить авторские стратегии Михаила Ефимовича Швыдкого как ведущего ток-шоу «Агора».

Для достижения цели исследования мы поставили перед собой следующие **задачи**:

1. выявить существенные признаки жанра ток-шоу, основываясь на теории журналистики;

2. изучить биографию Михаила Швыдкого (это поможет нам понять, почему Швыдкой создаёт ток-шоу именно с культурной тематикой, какие темы его интересуют, почему он применяет те или иные приёмы ведения программы, что нового привносит в этот жанр);

3. исследовать выпуски программы «Агора» и проанализировать работу Михаила Швыдкого как создателя ток-шоу (изучить название программы, заставку, оформление студии и световое решение; рассмотреть, как Швыдкой подходит к отбору участников и тем и выяснить, на что делается акцент в ток-шоу);

4. проанализировать образ и имидж Михаила Швыдкого;

5. проанализировать речевое поведение Михаила Швыдкого (изучить его взаимодействие с экспертами и обращение к телезрителям, выяснить, какими коммуникативными стратегиями и тактиками пользуется ведущий).

Новизна нашей работы заключается в том, что мы применяем понятие «авторских стратегий» из литературоведческой сферы к публицистическому тексту телевизионной передачи. Таким образом, мы обращаем внимание на значимую фигуру автора, создателя собственного

⁷ Акимова Т. А. Авторская стратегия как литературоведческая категория: методологический аспект // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2015. №2 (44). Ч. 1. С. 15.

произведения (в нашем случае телевизионного продукта), на его авторитет. На примере ток-шоу «Агора» мы также попытаемся ответить на вопросы: может ли автор контролировать всю программу? влияет ли журналистский продукт на самого автора?

Актуальность работы определяется тем, что мы рассматриваем авторские стратегии на материале телепродукта, который относится к популярному сейчас жанру ток-шоу, но при этом является оригинальным за счёт обращения только к культурной сфере и специфической позиции создателей проекта.

Мы не нашли ни одной исследовательской работы, посвящённой изучению Михаила Швыдкого как ведущего и автора программы «Агора». Выбранное нами ток-шоу является действующим телевизионным продуктом. Новые выпуски выходят каждую неделю, поэтому мы можем в режиме реального времени следить за тем, как развивается передача, какие темы освещаются в ней, чем сейчас живёт культура. Всё это также показывает новизну и актуальность нашей работы.

Материалом исследования являются выпуски программы «Агора» на канале «Россия Культура» за период с 2017 по 2023 год (всего 176 выпусков на 01.04.2023 года).

Работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованных источников. И в первой, и во второй главах работы мы анализируем ток-шоу «Агора», однако в первой главе под названием «**Михаил Швыдкой как создатель ток-шоу “Агора”**» мы говорим о заготовках, о том, что было заранее создано и придумано Швыдким и его командой. Во второй главе «**Роль ведущего в структуре выпусков ток-шоу “Агора”**» речь идёт о том, что возникает стихийно по ходу программы, чего, возможно, не планировал ведущий.

В первой главе рассматривается жанр ток-шоу на российском телевидении, его задачи, признаки и составляющие. На основании изученного теоретического материала мы выявляем ключевые особенности

программы «Агора» на канале «Россия Культура», а также обращаемся к творческой биографии Михаила Швыдкого, анализируем имидж и образ ведущего.

В первом параграфе «Жанр ток-шоу на российском телевидении и его особенности» мы обращаемся к книге А. С. Вартанова «Актуальные проблемы телевизионного творчества на телевизионных подмостках», в которой он выделяет 4 характерных признака ток-шоу: ведущий программы; человек или проблема в центре обсуждения; активное участие в программе людей в студии; телевизионные зрители⁸. Многие современные исследователи также уделяют особое внимание роли ведущего в ток-шоу. Например, Н. Е. Кондратьева и Л. В. Мордовина считают, что имидж программы определяется индивидуальным стилем ведущего⁹. И, как правило, этот человек должен быть хорошо знаком зрителям. Имя ведущего часто выносится в название ток-шоу, что также подтверждает его особую роль.

Таким образом, роль ведущего в жанре ток-шоу очень велика. Если участники программы меняются из выпуска в выпуск, то ведущий является неизменной фигурой. Именно от него зависит успех передачи. Зрителя привлекает индивидуальность журналиста, его харизма, манера ведения, юмор. Впоследствии аудитория воспринимает ведущего в неразрывной связи с ток-шоу, лицом которого он является. Поэтому при анализе ток-шоу мы уделяем особое внимание личности ведущего, в нашем случае Михаила Швыдкого в программе «Агора» канала «Россия Культура».

Второй параграф «Телевизионный опыт Михаила Швыдкого» посвящён биографии создателя и ведущего ток-шоу «Агора». Она поможет нам понять, почему Швыдкой создаёт ток-шоу именно с культурной

⁸ См.: Вартанов А.С. Актуальные проблемы телевизионного творчества на телевизионных подмостках. М., 2003. С. 21-27.

⁹ См.: Кондратьева Н. Е., Мордовина Л. В. Ток-шоу как жанр современной массовой культуры // Аналитика культурологии. 2008. №12. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tok-shou-kak-zhanr-sovremennoy-massovoy-kultury> (дата обращения: 14.02.2023).

тематикой, какие задачи ставит перед собой, почему применяет те или иные приёмы ведения программы, что нового привносит в этот жанр и т.д.

Мы выяснили, что Швыдкого всегда привлекали проекты, связанные с культурой и искусством. Так, в 2001 году у него появилась идея создать еженедельное ток-шоу под названием «Культурная революция» на канале «Культура». Программа обрела популярность за счёт того, что ведущий приглашал в студию двух известных личностей с абсолютно противоположными взглядами на рассматриваемую тему в выпуске и давал им свободу в выражении своих мыслей. В обсуждении также принимали участие зрители, которые могли задавать вопросы и высказывать своё мнение. Программа была закрыта в 2017 году в связи с тем, что Швыдкой решил развивать новый проект под названием «Агора» на канале «Россия Культура». Далее мы делаем предположение, почему был завершён выпуск «Культурной революции» и от каких элементов в итоге отказался Михаил Швыдкой и его команда при создании ток-шоу «Агора».

В третьем параграфе «Ключевые особенности устройства ток-шоу “Агора”» мы анализируем название и заставку программы, рассматриваем её структуру, выявляем отличительные черты, а также обращаем внимание на отбор гостей и тем.

В четвёртом параграфе «Имидж и образ ведущего ток-шоу» мы постарались определить и проанализировать имидж и образ ведущего ток-шоу «Агора» Михаила Швыдкого, основываясь на личных наблюдениях и отзывах зрителей. Мы изучили большое количество материалов, связанных с понятиями «имидж» и «образ», и обратили внимание на то, что в науке существует множество подходов к исследованию этих терминов. Одни авторы трактуют их как идентичные, другие придерживаются позиции, что «имидж» и «образ» стоит чётко различать. Проблема уместного и корректного использования этих терминов в отношении анализа личности ведущего остаётся актуальной до сих пор.

Однако мы выявили ряд отличительных черт и элементов, которые составляют его имидж не просто как телеведущего, но ещё и как чиновника. Также был проанализирован образ Михаила Швыдкого, и мы пришли к выводу, что образ интеллигентного, неконфликтного ведущего помогает ему вести ток-шоу на канале «Россия Культура», избегая при этом открытых конфликтов и скандалов в студии и удачно выстраивая дискуссию с приглашёнными участниками.

Вторая глава посвящена тому, как проявляются три уровня постижения текста «внимание-соучастие-открытие» в телевизионной программе «Агора». Мы обращаем внимание на связь телевидения с драмой и выясняем, в чём заключается конфликт культурного ток-шоу, а главное – какую роль играет ведущий в развитии дискуссии, каким образом он взаимодействует с экспертами и телезрителями и какие речевые стратегии и тактики применяет для того, чтобы достичь результата.

В первом параграфе «Внимание – соучастие – открытие как авторские стратегии воздействия на зрителя “Агоры”» мы обращаемся к трём уровням постижения текста, которые выделяет В. В. Прозоров в своих работах¹⁰. Все эти уровни можно обнаружить и при анализе ток-шоу «Агора». На примере выпуска от 06.02.2021 под названием «Закончилась ли эволюция человечества?» мы рассматриваем «внимание-соучастие-открытие», а также обращаемся к отзывам зрителей, опубликованным под выпусками ток-шоу «Агора» на YouTube-канале «Телеканал Культура», в которых они отмечают интересные и актуальные темы эфиров, которые ещё глубже раскрываются во время обсуждения и в итоге приводят к состоянию открытия.

Во втором параграфе «Конфликт в теледраматургии “Агоры” и способы его регулирования» речь идёт о том, что умелое применение и развитие конфликта в телешоу является показателем его успеха. Мы

¹⁰ См.: Прозоров В. В. Об авторских стратегиях в литературе // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Филология. Журналистика. 2021. Т. 21, вып. 2. С. 180-185; Прозоров В. В. Интерактивные ресурсы художественного текста // Прозоров В. В. До востребования...: избранные статьи о литературе и журналистике. Саратов, 2010. С. 9-28.

обращаемся к книге В. В. Прозорова «Власть и свобода журналистики», в которой он соотносит телевидение с драматическим родом. Исследователь пишет, что телевидение – «это динамика, состязание, игра, парадоксальные, неожиданные сближения и столкновения, азарт, эпатаж, импровизация»¹¹. Произошедшее на телеэкране должно удивлять аудиторию своей непредсказуемостью и внезапностью. Если этого нет – зритель начинает скучать, а это значит, что в будущем он может не вернуться к этой программе.

В любой телепередаче также должен быть конфликт. «Отсутствие конфликторождающего сюжета ведёт к осязательному проигрышу»¹², – пишет исследователь. Речь идёт даже не об открытом конфликте в студии, построенном на драках и оскорблениях, а о столкновении мнений, «нравственно-психологическом противостоянии»¹³. Михаил Швыдкой не раз упоминает в интервью и анонсах «Агоры» о том, что хочет создать программу, в которой бы обсуждались вопросы и решались проблемы с помощью рассудительной дискуссии, а не истерик, криков и потасовок. Для того чтобы ток-шоу не получилось совсем пресным, ведущий приглашает абсолютно разных экспертов по роду занятий, профессии, интересам и даже по возрасту. За счёт этого программа наполняется разнообразными суждениями, и нередко один эксперт выражает несогласие с мнением другого. Приглашённый гость также может быть не согласен с рассуждением самого ведущего или его формулировкой вопроса, однако все следующие объяснения личной позиции проходят в мирной обстановке. Во всём этом заключается особенность реализации конфликта ток-шоу «Агора».

Но всё-таки случаются и отступления от обычного порядка ток-шоу, когда приглашённые гости не справляются со своими эмоциями и вступают в спор. Михаил Швыдкой как ведущий не всегда в силах справиться с напором некоторых экспертов, настроенных всеми силами отстаивать свои позиции.

¹¹ Прозоров В. В. Власть и свобода журналистики: учебное пособие. М., 2005. С. 168.

¹² Там же. С. 176.

¹³ Там же. С. 176.

Возможно, что другой перешёл бы к более жёстким мерам подавления конфликта в студии, но Михаил Швыдкой придерживается всё того же мягкого и интеллигентного подхода. С помощью просьб, комплиментов, юмора он пытается разрядить обстановку и снять напряжение. Его сверхзадача – не просто разобраться в проблеме, а прийти вместе с экспертами к компромиссу с помощью уважительной дискуссии.

В третьем параграфе «Вопросы ведущего “Агоры” как способ взаимодействия с экспертами» мы анализируем вопросы Швыдкого экспертам, т.к. именно от того, какие вопросы задаёт ведущий, зависят динамика развития действия в ток-шоу и информационная наполненность выпуска. По мнению Н. П. Задорожной и И. А. Чистяковой, существуют две типовые формы ток-шоу, которые различаются по характеру вопросов: к первой форме относятся закрытые (альтернативные) вопросы, а ко второй – открытые вопросы. Именно ко второй форме можно отнести программу «Агора». Михаил Швыдкой использует открытые вопросы, чтобы добиться от участников наиболее полного, развёрнутого ответа.

Мы заметили, что Михаил Швыдкой часто использует такое выражение, как *«простой вопрос»*, перед тем как задать свой вопрос экспертам. Однако это не всегда означает то, что вопрос действительно будет таковым, например: *«У меня вопрос очень простой. Маргарита Николаевна (обращается к ректору Государственного института русского языка им. А. С. Пушкина Маргарите Русецкой – пояснение моё – А. Г.), я упомянул Камчию, где вы открыли центр продвижения русского языка в Балканских странах. Вот какой язык вы будете продвигать? Вот тот язык, который учат сегодня дети в школе? Или вот тот язык, которым они говорят в Интернете, на улице, с родителями? Это один язык? Или это разные языки? Как кто-то, вроде Бернارد Шоу сказал, не помню точно кто: “Английский язык – это язык, разъединяющий две страны: Америку и*

Великобританию”. Но можно и в одной стране говорить на языке, который разъединяет социальные группы, поколения и так далее»¹⁴.

Эта формулировка, как нам кажется, используется Швыдким для того, чтобы успокоить участника и дать ему понять, что он, как эксперт, может легко найти ответ на любой вопрос. С другой стороны ведущий здесь играет роль «ученика». Он хочет, чтобы гость проявил себя и подробно объяснил и ведущему, и телезрителям все тонкости рассматриваемой темы. Швыдкой также может включить в свой «самый простой вопрос» сразу несколько других близких к теме вопросов.

Ещё мы обратили внимание на то, что ведущий нередко начинает свой вопрос с фразы *«Вот объясните мне»*, указывая, таким образом, на компетентность и опыт приглашённых экспертов. Приведём пример: *«Андрей (ведущий обращается к директору Московского театра «Мастерская Петра Фоменко» Андрею Воробьёву – пояснение моё – А. Г.), вот объясните мне, насколько сегодня экономика давит на репертуар театра?»*¹⁵. В таких случаях ведущий хочет подробнее разобраться в теме, поэтому занимает место слушателя, передавая слово «знатокам». Он не стесняется показаться несведущим в чём-то человеком.

С точки зрения телезрителя, такие развёрнутые и подробные вопросы ведущего помогают лучше разобраться в теме и понять, о чём идёт речь в эфире и в чём заключается проблема. Эксперту же не приходится задавать дополнительных вопросов, чтобы понять, что от него ждут.

В четвёртом параграфе «Речевые стратегии и тактики Михаила Швыдкого» мы обращаемся к речевым стратегиям и тактикам, т.к. они помогают ведущему в ток-шоу получить нужную информацию от участников

¹⁴ Агора. Что происходит с русским языком? Эфир от 25.09.2021 // Youtube-канал «Телеканал Культура» [Электронный ресурс]. URL: https://www.youtube.com/watch?v=AOzuDcUc1ug&list=PL66DIGaegedoTZjKax2Fr17xho09ugY_Q&index=19 (дата обращения: 11.04.2023).

¹⁵ Агора. Театр в эпоху высоких технологий. Эфир от 30.10.2021 // Youtube-канал «Телеканал Культура» [Электронный ресурс]. URL: https://www.youtube.com/watch?v=DqRGCYNha6U&list=PL66DIGaegedoTZjKax2Fr17xho09ugY_Q&index=14 (дата обращения: 20.02.2023).

программы, выстроить контакт со зрителем и сделать беседу интересной. Лингвистами были представлены различного рода классификации речевых стратегий, однако мы в работе обращаемся к классификации Т. А. ван Дейка, который выделяет 11 речевых стратегий¹⁶.

Существует также большое количество речевых тактик. Например, в своей книге «Коммуникативные стратегии и тактики русской речи» О. С. Иссерс приводит в пример следующие тактики: установления и поддержания контакта, обвинения и упрёка, угрозы, оправдания, контроля над темой, инициативой и пониманием собеседника, самопрезентации, просьбы, уклонения, обещания, кооперации и т.д.¹⁷

Анализ материала позволил выявить различные стратегии и тактики, которые наиболее часто применяются Михаилом Швыдким в коммуникации с экспертами в ток-шоу «Агора». Мы увидели, что ведущий избегает конфронтационного общения и старается с помощью гармонизирующей стратегии, стратегии смягчения и свойственных им тактик сделать всё, чтобы обсуждение состоялось и привело к позитивному результату.

В заключении приводятся выводы и намечаются дальнейшие перспективы исследования. Проведённое исследование позволило нам выявить и изучить авторские стратегии ведущего ток-шоу «Агора» Михаила Швыдкого, которые воплощаются через внешний вид, речевое поведение, взаимодействие с экспертами и контроль за развитием ток-шоу. Для этого была сформирована необходимая теоретическая база. Были рассмотрены и проанализированы труды отечественных и зарубежных исследователей, были выявлены разные подходы учёных к определению понятий: авторские стратегии, ток-шоу, имидж, образ, речевые стратегии и тактики.

Мы проанализировали существенный по объёму материал – 176 выпусков программы «Агора» на канале «Россия Культура» в период с 2017

¹⁶ См.: Т. А. ван Дейк. Язык. Познание. Коммуникация / пер. с англ. О. А. Гульги; сост. В. В. Петрова; под ред. В. И. Герасимова; вступ. ст. Ю. Н. Караулова и В. В. Петрова. М., 1989. С. 294-300.

¹⁷ См.: Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М., 2008. С. 121-127.

по апрель 2023 года. Этот богатый материал может служить эмпирической базой для дальнейшего изучения авторских стратегий телеведущих ток-шоу.

К ключевым особенностям ток-шоу «Агора» стоит отнести то, что в студии отсутствуют приглашённые зрители, однако программа транслируется в прямом эфире, что дарит и ведущему, и экспертам, и телеаудитории чувство единения. Одновременность события и его демонстрации на экране позволяет зрителю поверить в происходящее в студии и стать свидетелем этого. Ток-шоу не использует мультимедийные средства, прямые включения с участниками и корреспондентами, а также архивные фото-, аудио- и видеоматериалы. Многие популярные программы не могут обойтись без таких средств, в отличие от «Агоры», где всё внимание обращено на мнения участников и обсуждение проблемы. Ведущий чётко регулирует ход дискуссии и сам предоставляет слово каждому эксперту. Благодаря этому гости не перебивают друг друга, а высказывают своё мнение по очереди. По общению ведущего с гостями можно сделать вывод, что он хорошо их знает или давно с ними знаком, однако Михаил Швыдкой строго соблюдает деловой этикет и уважительно обращается к гостям на Вы и по имени и отчеству. Ведущий не использует планшет, в котором могли бы быть указаны подсказки в виде имён, званий и должностей гостей, а также план выпуска, заготовленные вопросы и т.п.

Проанализировав все выпуски «Агоры», вышедшие до 1 апреля 2023 года, мы выяснили, что ведущий расширяет круг затрагиваемых тем. Помимо культуры, искусства, образования, науки и истории, он касается вопросов медицины, экологии, технологий и спорта. Отдельно стоит сказать про политические вопросы, которые обсуждаются в «Агоре» совершенно иначе по сравнению со специализированными политическими ток-шоу. Швыдкой не берёт для эфира актуальные политические проблемы, а обращается к событиям прошлых лет и вместе с экспертами анализирует, как те или иные политические решения и действия повлияли на культуру и её деятелей в целом. Экспертами таких эфиров являются не политологи, а артисты,

художники, писатели, журналисты, режиссёры, литературоведы и музыканты. Всё потому, что Швыдкому требуется творческий взгляд на произошедшее. Таким образом, любая тема в этом ток-шоу обязательно связывается с культурой.

Нам удалось выявить ряд отличительных качеств и черт, составляющих имидж и образ Швыдкого. Помимо личных наблюдений, мы обращались к комментариям зрителей, опубликованным до февраля 2022 года под выпусками программы «Агора» на платформе YouTube. В этих отзывах люди делились мнением о ведущем ток-шоу, что также помогло нам при анализе его имиджа и образа. Внешний вид Швыдкого всегда презентабелен, консервативен и аккуратен. Он придерживается официального, делового стиля одежды без ярких деталей. Галстук в тонкую градиентную полоску – единственное, на что делается акцент в образе ведущего. Параллельно с деятельностью на телевидении Швыдкой продолжает работу в государственном аппарате. Изучив работы таких исследователей, как О. В. Кирина, Е. Е. Шикарёва, В. В. Огнева и Ю. В. Дорохова, мы выяснили, какие качества формируют положительный имидж госслужащего, и сделали вывод, что Михаил Швыдкой точно подходит под критерии, обозначенные учёными. Для того чтобы не разрушить свой положительный имидж чиновника, он с такой же основательностью и серьёзностью подходит к ведению ток-шоу. Канал «Россия Культура» изначально настраивает зрителя на культурный и рассудительный диалог, а Швыдкой как ведущий поддерживает этот ориентир.

Анализ материала показал, что Михаил Швыдкой создаёт образ интеллигентного, неконфликтного ведущего. Это подтверждают обнаруженные нами примеры того, как он уважительно общается с экспертами, делает им комплименты, отмечает их профессионализм и компетентность в различных вопросах, внимательно слушает выступающих и нередко занимает место «ученика», давая участникам возможность проявить себя и поделиться знаниями. Ведущий не забывает и о тех, кто сидит у

экранов телевизоров, поэтому делает разъяснения для зрителей и напоминает о какой-либо важной информации.

В первой главе работы мы рассматривали то, что было заранее запланировано и задумано Швыдким и его командой в ток-шоу «Агора». Во второй главе мы анализировали ход программы, её развитие, всё то, что, возможно, возникло спонтанно в эфире. Мы пришли к выводу, что создатель и ведущий ток-шоу не может полностью контролировать свой продукт, тем более транслирующийся в прямом эфире. Михаил Швыдкой не акцентирует внимание в собственных интервью и анонсах программы на том, что стремится найти компромисс при обсуждении выбранной темы с экспертами, и просит их воздержаться от громких споров и скандалов в студии. Однако материал показал, что в «Агоре» редко, но случаются конфликты между участниками. С помощью просьб, комплиментов, юмора ведущий пытается смягчить обстановку и вернуть гостей к вежливой дискуссии, но такие действия Швыдкого не всегда сразу приводят к нужному результату. Если гости нацелены отстаивать свою точку зрения или переубедить другого участника, то возвращение экспертов к обсуждаемой теме или вопросу затягивается, что, конечно, мешает задуманному заранее Швыдким развитию эфира.

Мы применяем понятие «авторские стратегии» из литературоведческой сферы к журналистской, так как считаем, что в публицистическом тексте телевизионной передачи можно также обнаружить автора-создателя, его цели и установки, посыл читателю-зрителю и вовлечение последнего в диалог. На примере полного выпуска «Агоры» от 06.02.2021 под названием «Закончилась ли эволюция человечества?» мы рассмотрели то, как проявляются три уровня постижения текста «внимание-соучастие-открытие», которые выделил В. В. Прозоров в своих исследованиях¹⁸. Мы увидели, что в начале программы с помощью вопросов

¹⁸ См.: Прозоров В. В. Об авторских стратегиях в литературе // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Филология. Журналистика. 2021. Т. 21, вып. 2. С. 180-185; Прозоров В. В.

Швыдкой настраивает телезрителей и экспертов на внимание и пытается вовлечь их в обсуждение, указывая на важность затронутой темы. Ведущий несколько раз в своей речи использует местоимение *мы*, выражая, таким образом, единение со зрителями, например: *«мы меняемся»*, *«как мы будем жить»*, *«мы постараемся поговорить»*.

После вопросов ведущего следуют подробные ответы экспертов. Нередко Швыдкой во время обсуждения может поделиться недавно обнаруженным фактом и предложить участникам подтвердить либо опровергнуть его. На что гости откликаются и пытаются объяснить ведущему, как всё устроено. Это этап соучастия. Ведущий вместе с экспертами стремится разобраться в теме, рассмотреть её с разных сторон, выявить проблемные точки, а далее найти или наметить пути решения этих проблем.

Отзывы зрителей помогли нам понять, насколько полезными и актуальными являются темы, которые освещаются в ток-шоу «Агора». В конечном итоге эфир может быть настолько интересным и информационно-наполненным, что приведёт зрителя к состоянию открытия.

Нами также были подробно проанализированы выводы Швыдкого, звучащие в финале выпусков «Агоры». Заключительное слово ведущего нередко включает в себя следующие элементы: высказывание известного учёного, писателя или философа, которое, по мнению Швыдкого, наиболее точно описывает то, к чему пришли в выпуске; упоминание о сложности и масштабности темы; предположение о том, что ждёт наше общество в будущем в той или иной сфере. Главное, что ведущий избегает сухого перечисления результатов обсуждения, подталкивая свою аудиторию к самостоятельному рассуждению и осмыслению услышанного после окончания программы.

Для того чтобы получить больше информации по теме от экспертов, Михаил Швыдкой использует открытые вопросы, предполагающие более подробный и развёрнутый ответ. Ведущий раскладывает свой вопрос таким образом, добавляя в него примеры, уточнения, пояснения, что у гостя ток-шоу не возникает желания переспросить, что именно от него хотят услышать. Телезрителю такие основательные вопросы ведущего и детальные ответы экспертов помогают лучше разобраться в теме, получить новые знания и сформировать личное отношение, опираясь на опыт экспертов.

Мы обратили внимание на два часто встречающихся в речи Швыдкого выражения. Первое – это *«простой вопрос»*. Оно подразумевает, что ведущий далее спросит гостей про что-то лёгкое, элементарное. Но как показал материал, это не всегда означает, что вопрос будет таковым. С помощью этой формулировки ведущий даёт понять эксперту, что тот может спокойно найти ответ на любой вопрос, т.к. обладает всеми нужными знаниями. Стоит добавить, что ведущий умеет слушать гостя, подмечая для себя важные детали в его речи, которые потом помогают Михаилу Швыдкому сформулировать новый вопрос, основанный на услышанном.

Второе выражение звучит так: *«Вот объясните мне»*. Именно с этой фразы начинается большинство вопросов ведущего экспертам. Как нам кажется, Швыдкой в этот момент снова встаёт на место «ученика», передавая слово более компетентным и опытным людям в определённой сфере. Ведущий «Агоры» не стесняется того, что может чего-то не знать или в чём-то ошибаться, т.к. в программе обсуждаются разнообразные аспекты жизни.

Благодаря рассмотрению речевых стратегий и тактик Михаила Швыдкого в ток-шоу «Агора», мы выяснили, что ведущий настраивает гостей в студии на кооперативное общение, строящееся на уважении, взаимопонимании и сотрудничестве. Кооперативное общение позволяет совместными усилиями решать проблемы, обсуждать волнующие ситуации, при этом учитывать чужую точку зрения, имея право на собственное мнение. С помощью гармонизирующей стратегии и тактик благодарности,

эмоционально высказанной симпатии, заинтересованности ведущий выражает экспертам уважение, похвалу, благодарность за то, что они согласились поучаствовать в программе. Если Михаил Швыдкой чувствует, что между гостями растёт недопонимание или несогласие, то применяет стратегию смягчения. С напряжением в студии ведущему помогают справиться юмор и смена акцента рассмотрения темы.

Стратегия повтора используется в том случае, когда ведущему нужно обратить внимание участников на важную подробность или мысль, а возвращение гостей к сути проблемы происходит с помощью регулятивной стратегии и тактики приближения к обсуждаемой теме. Таким образом, мы видим последовательное поведение ведущего, который стремится к результативной коммуникации и выполнению своей сверхзадачи – достижению компромисса и нахождению точек соприкосновения в решении актуальных вопросов культуры и соприкасающихся с ней сфер. В. В. Прозоров в своей статье отмечает, что «совместный поиск согласия предполагает решение сложной коммуникативной задачи, первое условие которой – предупредительное внутреннее расположение к собеседнику и известные усилия над собой, связанные с вероятными компромиссами, с известными уступками другому участнику поисковых инициатив»¹⁹. Иными словами, миссия Швыдкого как ведущего в ток-шоу «Агора» только на первый взгляд кажется простой.

¹⁹ Прозоров В. В. Две стратегии речевого поведения: спор и взаимный поиск согласия // Жанры речи. Международный научный журнал. 2015. № 1 (11). С. 57-67.