

## **Секция «Политические науки»**

### **Политические ток-шоу как форма политической коммуникации** **Самохвалов Роман Васильевич**

*Студент*

*Поволжский институт управления им. П.А. Столыпина, Политико-правового  
управления, Саратов, Россия  
E-mail: Romll@mail.ru*

«Без коммуникации разум не может приобрести истинно человеческую природу, а общество – существовать и развиваться, поскольку только через общение происходит накопление и дальнейшее развитие знаний, навыков и умений» - заявил Ч. Кули в своей классической статье «Важность коммуникации»[3]. С этим утверждением трудно поспорить. Более того, можно с уверенностью заявить, что полноценная политическая жизнь в человеческом обществе невозможна без политических коммуникаций.

В современных условиях наблюдается феномен, который в немецкой литературе метко назвали феноменом «der angewachsene Fernseher» (вросшего в общество телевизора). П. Бурдье писал в середине 90-х гг. XX в., что «мало-помалу телевидение, которое по идее является инструментом отображения реальности, превращается в инструмент создания реальности. Мы все больше и больше приближаемся к пространству, в котором социальный мир описывается и предписывается телевидением».[2]

Политические ток-шоу, на сегодняшний день, стали одной из самых эффективных форм политической коммуникации. Благодаря доступности общественным массам, они привлекают большую часть населения.

Представляется целесообразным изучить и проанализировать технологии создания и построения политического выступления, в частности, проанализировать стратегии участников теле-дискуссии, тактики ведения дебатов, выяснить степень аргументированности позиций участников дебатов, проанализировать эмоциональную составляющую выступлений оппонентов.

В качестве эмпирической базы были отобраны следующие политические ток-шоу и авторские передачи, в которых присутствуют элементы ток-шоу: «Воскресный вечер с Владимиром Соловьевым», «Поединок», «Исторический процесс», «Познер» за 2012-2013 гг. В ходе проведения исследования использовался ряд общенаучных методов, таких как индукция, абстрагирование, анализ. В основу данного исследования положен сравнительный анализ, так же широко использовался метод систематизации и анализа данных, структурно-функциональный метод и контент - анализ.

Жанр ток-шоу возник на американском телевидении в 60-х годах XX века, его создателем, как утверждают, был небезызвестный журналист Фил Донахью. Существует легенда: интервьюируя во время прямого эфира гостя своей программы, Фил Донахью в какой-то момент понял, что вопросы у него закончились. Тогда он подбежал к одному из зрителей, сидевших в студии, и спросил: «У вас есть вопрос к нашему гостю?» У зрителя вопрос оказался, и таким образом Донахью изобрел жанр ток-шоу.[1]

В процессе исследования были рассмотрены правила проведения политических ток-шоу. Задача жанра ток-шоу - активизировать восприятие содержания, заключенного в передаче с помощью формы диспута, острых вопросов, высказывания различных точек

зрения. Главным критерием отбора тем является актуальность проблемы, так как форма проведения ток-шоу предполагает наличие зрелищности для поддержания высокого уровня рейтингов как передачи, так и участников.

Можно выделить следующие стратегии, используемые в политической теледискуссии:

- конвенциональные,
- презентационные,
- конфликтные.

Каждая из представленных прагматических стратегий характеризуется определенным набором речевых тактик и реализующих их приемов. В результате анализа прагматических стратегий и реализующих их прагматических тактик были выделены универсальные и неуниверсальные тактики. К универсальным относятся: тактика конструирования образа партнера, тактики «шутка» и «ирония», тактика «комплимент», тактика оценочного реагирования, тактика аффективного реагирования, тактика апологизации собственной персоны. К неуниверсальным относятся следующие: тактика диффамации, оппозиционирования, персонификации, тактика отказа от предложенной роли.

Примером проведенного исследования может служить анализ выпуска передачи «Воскресный вечер с Владимиром Соловьевым», в результате которого был сделан ряд выводов.

Во-первых, оппозиционные партии принимают, как правило, агрессивные стратегии поведения, такие как стратегии конфликта, презентации и самопрезентации. Представители «партии власти» стараются придерживаться более лояльных позиций и выбирают конвенциональную стратегию.

Во-вторых, чаще всего применяются тактики оппозиционирования, конструирования образа партнера, тактики «шутка» и «ирония», «комплимент», тактика оценочного реагирования и тактика аффективного реагирования. Следует отметить, что большинство этих тактик носят негативный характер и приводят лишь к усугублению конфликтной ситуации.

В-третьих, эмоциональная напряженность участников теледискуссии говорит о том, что ток-шоу выдержано в классическом, западном формате. При этом представители оппозиционных партий отличаются более эмоциональными выступлениями, повышенной, иногда неконтролируемой, жестикуляцией.

В-четвертых, степень аргументированности позиций участников ток-шоу довольно высока, что позволяет говорить о наличии элементов конструктивного диалога между оппонентами.

Рейтинг данного ток-шоу говорит о эффективности и востребованности данной формы политической коммуникации.

### **Литература**

1. Бирбом М. Хозяин ток-шоу //Спутник-ТВ. 2005. №7.
2. Бурдые П. О телевидении//О телевидении и журналистике. М.: Фонд «Прагматика культуры», Институт экспериментальной социологии, 2002. С. 36.
3. Coolye С.Н. The Significance of Communication/Reader in Public Opinion and Communication. Ed. by V. Berelson and M. Janowitz. Glencoe: FreePress. 1953. P. 145.