

УДК 070(069)
ББК 76.01

МЕТОДЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА АУДИТОРИЮ В ПРОГРАММЕ
АНДРЕЯ МАЛАХОВА «ПУСТЬ ГОВОРЯТ»¹

М.И. Богачёв

Научно-учебная лаборатория исследований в области бизнес-коммуникаций НИУ ВШЭ

Аннотация: Статья посвящена изучению методов воздействия А. Малахова на аудиторию в программе «Пусть говорят». В работе анализируются некоторые выпуски ток-шоу. Автор разбирает методы воздействия А. Малахова и приводит объяснения причин успешности данного проекта.

Ключевые слова: коммуникативистика, методы воздействия, телевидение, А. Малахов, ток-шоу.

METHODS OF INFLUENCE ON AUDIENCE BY ANDREI
MALAHOV IN TV SCHEDULE “PUST GOVORYAT”

M.I. Bogachev

Scientific-Educational Laboratory for business-communication NRU HSE

Abstract: The article was devoted the analysis methods of influence on audience by Andrei Malahov in TV schedule “Pust Govoryat”. Several issues were analyzed in the paper. The author analyzed methods of influence by Andrei Malahov and interpreted causes of success this talk show.

Key words: communication science, methods of influence, TV, Andrei Malahov, talk show.

Введение

На протяжении более чем десяти лет эфир «Первого канала» в вечерний прайм-тайм транслирует телезрителям одну из своих главных визитных карточек – ток-шоу с Андреем Малаховым. За это время несколько раз менялись названия и формат программы, но её ведущий оставался неизменным. На сегодняшний день ток-шоу «Пусть говорят» с А. Малаховым является самой популярной развлекательной программой на телевидении, о чем не устает рапортовать руководство «Первого канала»¹.

¹ «Пусть говорят» Первый канал. <http://www.tmk-media.ru/UserFiles/file/presentations/pustgovoryat.pdf>
(Дата обращения: 30.03.13)

По данным TNS, среднее количество человек, смотрящих некоторые выпуски данной телепрограммы выражено в процентах от общего количества тех, кто смотрел любую другую программу в данный момент времени, приближается к числу лиц смотрящих на «Первом» новогоднее обращение Президента РФ. В 2010 г. доля смотревших новогоднее обращение Д.А. Медведева составила 37,8%, в 2012 г. доля лиц, смотревших В.В. Путина – 37,6%. В то время как доля телепрограммы «Пусть говорят» от 10 декабря 2010 г. поравнялась с отметкой в 33,8%², аудитория выпуска той же программы от 21 октября 2012 г. составила 31,1%³, а выпуск от 28 марта 2013 г. посмотрела 31,8%⁴.

Факт наличия у ток-шоу с А. Малаховым поразительно высоких рейтингов вызывает неподдельный интерес как у исследователей, так и у практикующих журналистов и шоуменов. За счет каких средств достигается такой результат? В чем причина феноменальной успешности казалось бы ординарной «вечерней брехучки»? В современном медийном пространстве достаточно сильна привязка к имиджированным персоналиям, но неужели популярность «Пусть говорят» основывается только на образе ведущего?

Однако сначала немного о программе. Вот как «Пусть говорят» анонсируют её создатели: «Настоящие, невыдуманные истории людей задевают больше, чем пафосные рассуждения на общие темы, потому что, вынося на обсуждение частную проблему отдельного человека, отдельной семьи, мы говорим о том, что волнует всех без исключения... Права ли директор школы, которая исключила учительницу за то, что та работает стриптизершей в ночном клубе? Должны ли такие учителя воспитывать наших детей? Можно ли оправдать отца, убившего насильника своей дочери? Имеем ли мы право на самосуд?»⁵. Из данного красочного определения содержания программы можно понять, что обсуждается в ней все: от проблем общегосударственного характера до обыденных житейских неурядиц. Однако особое внимание в телешоу уделяется частным историям, тесно переплетенным с насилием, сексом, девиациями, скандалами и эпатажем – излюбленной наживкой режиссеров, бережно уготовленной для массовой аудитории. Представим вашему вниманию некоторые темы выпусков шоу: «Развод по-русски», «Нагуляла? От кого?», «Зита и Гита: вместе и врозь», «Неизвестный сын Михаила Евдокимова», «Папа моего ребенка – мой папа», «Убить зятя».

² Высокие рейтинги программы «Пусть говорят». http://www.1tv.ru/sprojects_on_site/si5685/p149 (Дата обращения: 30.03.13)

³ 24 октября лидером просмотров стала передача А. Малахова «Пусть говорят». <http://www.1tv.ru/news/rating/218423> (Дата обращения: 30.03.13)

⁴ «Пусть говорят» с А. Малаховым второй день подряд становится самой популярной программой. <http://www.1tv.ru/news/rating/229578> (Дата обращения: 30.03.13)

⁵ Информация о передаче «Пусть говорят». http://www.1tv.ru/sprojects_in_detail_p/si5685 (Дата обращения: 30.03.13)

«Пусть говорят» - телепередача, являющаяся клоном известного американского развлекательного шоу в стиле «Трэш» - «Шоу Джерри Спрингера», позиционирующая себя как программа, в которой обсуждаются серьезные и социально значимые проблемы важные для простого человека. Формат передачи включает короткий ролик, вводящий аудиторию в суть проблемы, приглашение «простых людей с их проблемами» в качестве объекта дискуссии и известных людей (политики, представители шоу-бизнеса и т.п.) в роли экспертов, которые обсуждают предоставленную их вниманию жизненную ситуацию.

Образ коммуникатора

Транслируемый с экрана образ коммуникатора есть не что иное, как тщательно проработанный прототип публичной персоны. Прочтения телезрителями этого образа, его восприятия формируют имидж публичной персоны. Таким образом, имидж не столько отображает суть человека, его личность и индивидуальность, сколько проецирует ожидаемые целевой аудиторией черты и стереотипы. Следование стереотипам, удовлетворение ожиданий аудитории формирует у актора, в нашем случае телеведущего, репутационный буфер – доверие, интерес и лояльность зрителей, что в телевизионном дискурсе означает - рейтинг. Иными словами, коммуникатор строит свое поведение и коммуникацию со зрителем, исходя из запросов последнего.

Целевая аудитория «Пусть говорят» - сообщает официальный сайт этой телепередачи – это «домохозяйки, пенсионеры, безработные, рабочие и служащие с небольшой зарплатой, а также граждане привлеченные темой передачи»⁶. Доклад, подготовленный Трансконтинентальной МедиаКомпанией, уточняет, что «Пусть говорят» смотрят мужчины старше 45 лет и женщины старше 35 лет⁷.

Отечественные литературные классики конца XIX в., пожалуй, назвали бы этот контингент мещанством и красочно охарактеризовали все присущие этому сословию нравы, в особенности А.П. Чехов. Мы же отметим, что погоне за рейтингами телевидение подстраивается под телезрителей, транслируемым материалом удовлетворяя запросы своих потребителей, которые традиционно не блещут высокоморальностью. Отсюда засилье «чернухи» и копошения в чужом «грязном белье» на телеэкранах и низкий рейтинг телеканала «Культура», что, однако не снимает ответственности с масс-медиа.

Характеристики образа коммуникатора можно выделить в несколько категорий: социально-профессиональные, визуальные, личностные и др. Итак, А. Малахов в ток шоу «Пусть говорят» позиционирует себя как:

⁶ Официальный сайт телепередачи «Пусть говорят». <http://www.telezri.ru/1tv/pust-govoryat> (Дата обращения: 30.03.13)

⁷ «Пусть говорят» Первый канал. <http://www.tmk-media.ru/UserFiles/file/presentations/pustgovoryat.pdf> (Дата обращения: 30.03.13)

Социально-демографические характеристики:

Гендер – мужчина. В данном случае мы наблюдаем удачное использование гендерного стереотипа, который заключается в положительном восприятии коммуникатора-мужчины преимущественно женской аудиторией (аудитория «первого канала» на 44,9% состоит из мужчин и на 55,1% из женщин⁸).

Возраст. Реальный возраст А. Малахова 41 год, однако, позиционирует себя данный коммуникатор как человек в возрасте до 40 лет, что также оказывает влияние на восприятие аудитории.

Профессия. Малахов позиционирует себя исключительно в качестве телеведущего. В передаче он выступает преимущественно как нейтральное лицо, не принимая на себя роли - ученого, политика, эксперта и т.д. Данная позиция приближает его к аудитории. Статус обывателя позволяет Малахову иметь мнение и делать заявления по всем обсуждаемым в программе вопросам, ибо позиционируемая некомпетентность парадоксальным образом легитимизирует право пространного рассуждения о всех человеческих проблемах.

Визуальные характеристики:

Внешность – импозантный мужчина. А. Малахов обладает в достаточной степени привлекательной внешностью: аккуратная прическа, ухоженное лицо, атлетическая физическая форма, легкий загар, стильная, но подчеркнута строгая одежда, модные очки. Внешний облик телеведущего также нацелен на привлечение внимания в основном женской аудитории. Визуально Малахов представляет собой некий «микс из разгильдяя и ботаника»⁹.

Личностные характеристики:

Интеллект. Телеведущий преподносит себя как человек, обладающий средним уровнем интеллекта. Андрей Малахов, закончивший журфак МГУ им. М.В. Ломоносова с красным дипломом, находясь перед камерой, никак не демонстрирует свои знания, стремится показать, что он по уровню знаний либо не отличается от аудитории, либо не значительно превышает её интеллектуальный потенциал. Коммуникатор позиционирует себя как ординарного человека, чтобы аудитория «почувствовала» его близость к себе и восприняла модератора дискуссии «таким же, как она сама».

Моральные ценности. Не смотря на то, что Малахов старается избегать озвучивания собственного мнения периодически в его риторике прослеживаются оценочные характеристики по отношению к некоторым ситуациям и героям. Однако озвучиваемые телеведущим послы не отличаются дивантностью и эпатажем, наоборот они скорее акцентируют

⁸ Доля мужчин и женщин в аудиториях национальных телевизионных каналов. http://www.brandmedia.ru/serv__idP_51_idP1_68_idP2_2425_idP3_2427.html (Дата обращения: 30.03.13)

⁹ Официальный сайт А. Малахова. Биография. <http://malahov.ru/biography> (Дата обращения: 30.03.13)

внимание на традиционных умонастроениях А.Малахова: «вы хотите дать мне в морду? Я готов подойти поближе и дать вам в ответную!», «я отжимаюсь больше чем вы». Или же показывают телеведущего исключительно с хорошей стороны: обнимание человека без определенного места жительства, порывы собрать деньги в помощь и т.п.

Эмоциональность. Эмоциональный фон на передаче крайне высокий. Он поддерживается не только накалом страстей в студии, но и реакциями телеведущего. А. Малахов своим поведением с одной стороны подсказывает аудитории, как на ситуацию можно и нужно реагировать, с другой, демонстрирует свою близость к аудитории, естественность и открытость. Примечательно, что сдержанность в лексических формулировках компенсируется эмоциональными реакциями телеведущего.

Коммуникативная ситуация:

Коммуникативной ситуацией является та обстановка, в которую помещен коммуникатор, его окружение и атмосфера. Это окружение как бы подсказывает зрителю у экрана «правильные» эмоции, ориентирует на восприятие.

В ток-шоу «Пусть говорят» коммуникатор находится в очень благоприятной коммуникативной ситуации, созданной специально для улучшения восприятия и активно работающей на это. Аудитория в зале преимущественно состоит из персон желающих бесплатно присутствовать на съемках передачи, доля профессиональных зрителей на «Пусть говорят» минимальна. Ввиду этого очевидцы съемок, руководимые редакторским коллективом, так внимательны и вовлечены в происходящее. Они проявляют неподдельный живой интерес и эксплицитно эмоционально реагируют, периодически претендуя на право голоса. Для человека перед экраном происходящая в студии обстановка является действенным стимулом на неосознанные и неподконтрольные реакции (эмпатия).

Если провести параллели между исследуемым нами телевизионным персонажем и результатами психологических и коммуникационных исследований, то необходимо отметить, что согласно экспериментальной риторике Г. Кельмана¹⁰ А. Малахову присущи все черты успешного ведущего: кредитность (аудитория считает его компетентным), привлекательность (он позиционирует себя как парень из народа) и власть (возможность повлиять на мнение зала).

Факторы, выделенные Берло, Лемертом и Мертцером¹¹ в их психосемантических исследованиях также присутствуют у телеведущего «Пусть говорят»: квалифицированность, способность вызывать у публики

¹⁰ См.: Психология массовой коммуникации: коммуникатор, аудитория, сообщение, каналы, эффекты и эффективность: хрестоматия / составитель В.П. Васильева; под ред. канд. филол. наук К.В. Киуру. - Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2007. – 265 с.

¹¹ Там же.

ощущение безопасности, динамизм и экспрессивность речи на сегодняшний день являются неотъемлемыми чертами А. Малахова.

Опираясь на исследования массовой коммуникации Голдхабера и Маклюэна¹², можно отметить, что Малахов представляет собой смесь из героя и антигероя. С одной стороны, он тот, кем зрители хотели бы быть: успешный, красивый, стильный, квалифицированный, недостижимый телеведущий. А с другой – подчеркнуто ординарный персонаж, привлекающий своей жизненностью - искренностью, эмоциональностью, открытостью.

Таким образом, можно сделать следующий вывод: прототип персонажа Андрея Малахова сочетает в себе (за счет внешнего вида, сексуальности и возраста) образ экстраординарной личности – «теле звезды» и транслятора обывательского дискурса. Аудитория ассоциирует коммуникатора с собой, считывает образ «своего парня» (за счет отсутствия высокомерности и позиции эксперта, эмоциональности и попыток разобраться вместе со зрителем в обсуждаемой проблеме). Малахов не демонстрирует наличие высокого интеллекта, просто и понятно говорит, транслирует понятные и традиционные для аудитории телешоу моральные ценности, изображает сопереживание субъектам обсуждаемой проблемы. В итоге получается образ некоего посредника, крайне привлекательного, заинтересованного в происходящем и вовлекающего аудиторию в дискуссию одним своим сосредоточенным видом. Ему парадоксальным образом удается сочетать функции модератора диспута, находящегося над проблемой, с искренней вовлеченностью в саму полемику. Иными словами, А. Малахов феноменально исполняет отведенную ему в шоу роль, прототип которой создан в соответствии со всеми канонами успешного телеведущего.

Изучив некоторые выпуски программы «Пусть говорят» (в частности «СМС от Антихриста» (эфир – 19 ноября 2012) и «Балетное дело» (эфир – 18.01.2013)) нами были выделены следующие **невербальные средства воздействия**, используемые А. Малаховым в данной передаче. Полученные результаты представлены в Приложении в таблице №1.

А. Малахов активно использует невербальные средства коммуникации, благодаря которым он оказывает значительное воздействие на аудиторию и в студии, и у телеэкранов. Телеведущий предстает уверенным, сильным и харизматичным человеком с невероятным самообладанием и сохраняет этот образ, несмотря на накаляющуюся с каждой минутой атмосферу в студии. Используя сильный голос и ярко выраженную мимику, он демонстрирует свой темперамент и эмоции, показывает свою человечность и сопричастность к происходящему, однако Малахов сохраняет равновесие - он не мельтешит руками, не суетится, не

¹² Там же.

выказывает волнения, выглядит уверенным. При этом телеведущий находится в постоянном движении. Он крайне динамичен. Однако, беспрестанно передвигаясь по студии и общаясь с разными экспертами и гостями программы, Малахов достаточно редко попадает в кадр. Он не успевает примелькаться (это безусловно заслуга телеоператоров, но тем не менее). Факт наличия ограниченного количества микрофонов и монопольное право телеведущего предоставлять слово любому, приближая к нему свободный микрофон, одновременно подчеркивает важность ведущего, но вместе с тем заставляет его постоянно двигаться по студии. Камера при этом либо запечатлевает крупным планом лицо очередного оратора, либо издалека отображает студию, по которой статно передвигается ведущий.

До последней минуты Малахов остается модератором дискуссии, но не бесчувственным - он умеет сочувствовать и переживать, что эксплицитно отображено в ходе ток-шоу. Он блестяще играет свою роль – ведет дискуссию, гнет свою линию, добивается от героев того, чего он хочет, но при этом остается нейтральным сторонним наблюдателем, переживающим за всех сразу. А. Малахову в ходе диспута удается находиться в пограничном состоянии над дискуссией – он одновременно и над и в ней, и нейтральный руководитель, и равнодушный зритель, проявляющий неподдельный интерес к обсуждаемой проблеме.

Также нами были изучены **вербальные средства воздействия**, используемые А. Малаховым в программе «Пусть говорят». Для этого были использованы выпуски «Вне игры» (эфир - 06.09.12) и «Груз 200» (эфир - 05.02.2013). В рамках вербального воздействия анализировались лингвистические и экстралингвистические средства, используемые А. Малаховым. Полученные результаты представлены в Приложении в таблице № 2.

На основе представленных данных можно сделать вывод о том, что А. Малахов выказывает сопереживание героям, не только используя невербальные средства коммуникации, но при помощи вербальных средств воздействия, он говорит с ними на понятном им языке, тем самым максимально сближаясь с героями: просторечные выражения, жаргонизмы, слова паразиты, экспрессивная лексика всё эти элементы можно услышать от А. Малахова в его передаче. Зачастую телеведущий напрямую употребляет слова поддержки: «не переживайте», «все будет хорошо», «мы вам/тебе поможем», «мы не оставим вас/тебя в беде», «держитесь», «все получится» и причисляет себя к участникам дискуссии, тем самым стараясь, подчеркнуть общность интересов собравшихся и презентуя вовлеченность в проблему: «мы же с вами хотим...», «давайте попробуем...», «давайте разберемся...» и пр.

Более того А. Малахов в процессе общения убирает многие коммуникативные барьеры обращаясь к гостям и экспертам на «ты», при этом позволяя им называть себя «Андрей».

В речи А. Малахова можно наблюдать много непродолжительных пауз, природа которых (искусственны они или естественны) нам доподлинно не известна, однако они создают эффект спонтанной речи, как будто фразы придумываются на ходу. Нарастающий темп речи, сопровождающийся сменой интонации, добавляют ощущение спонтанной речи, что также усиливает эффект погруженности телеведущего в процесс дискуссии.

Таким образом, А. Малахов создает образ участливого ведущего, который хочет разобраться в проблеме и всем помочь.

В связи с этим интересно провести **анализ образа А. Малахова на предмет степени вызываемого им доверия** по методике А.Б. Купрейченко¹³. Исследование было проведено на основе выпусков программы «Пусть говорят» «Родительский дом» (эфир – 30 января 2013) и «Девочки из Владика» (эфир – 26 ноября 2012). Анализировался образ, создаваемый А. Малаховым, по основным критериям доверия и недоверия, выделенных А. Б. Купрейченко в работе «Психология доверия и недоверия». Полученные результаты представлены в Приложении в таблице № 3.

Исследовав образ, создаваемый А. Малаховым в программе «Пусть говорят», по основным критериям доверия и недоверия, можно сделать следующий вывод: персонаж обладает многими критериями доверия и лишь несколькими критериями недоверия. Логично предположить, что именно поэтому у программы «Пусть говорят» такая значительная аудитория. На наш взгляд, именно кредит доверия, выдаваемый зрителями персонажу А. Малахова, позволяет делать трэш-шоу с подставными (?) гостями настолько успешным и популярным.

Заключение

На данный момент Андрей Малахов является одним из самых популярных ведущих в России, а в России в жанре ток-шоу его программе «Пусть говорят» нет равных по количеству зрителей. В нашей работе, в ходе которой мы провели несколько промежуточных исследований, была продемонстрирована попытка объяснения причин успешности данного проекта.

На наш взгляд основные причины популярности «Пусть говорят» с А. Малаховым кроются не только в желании телевизионной аудитории (преимущественно женского пола в возрасте старше среднего) получить заряд скандалов и сплетен о ком-то постороннем, но и в профессиональной

¹³ Купрейченко А.Б. Психология доверия и недоверия.- М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2008. – 564 с.

работе имиджмейкеров смонтировавших прототип «идеального» телеведущего, который мастерски примерил на себя А. Малахов.

Зрители заранее позитивно и эксплицитно настроены по отношению к Малахову, который даже при внутреннем отвращении и негодовании к происходящему и обсуждаемому в студии (что всплывает на подсознательном уровне, например, в жестах и взгляде), сохраняет самообладание и проецирует на аудиторию заинтересованность и сопричастность к окружающей действительности.

Презентация в достаточной степени харизматичного, образованного, уверенного в себе и успешного телеведущего в роли «парня из народа» или, со слов Д. Диброва, «мальчика из Апатитов»¹⁴ импонирует российским обывателям перед телевизионными экранами, которые готовы внемлить и лицезреть расследование очередного скандала, преподносимое простым парнем, выплывшим на большой экран из глубинки, доступным и понятным каждому языком. Человек, который достиг вершин шоу-бизнеса, но демонстрирует свою близость с народом в ценностном и коммуникативном планах, не ставит барьеров между собой и героями своей передачи, спокойно общается и со звездами, и с рядовыми гражданами и при этом никогда не остается равнодушным к чужим проблемам, является, пожалуй, наилюбимейшим, а соответственно и наиуспешнейшим персонажем на российском телевидении.

ⁱ В работе использованы материалы, подготовленные студентами факультета медиакоммуникаций НИУ ВШЭ: Г. Дарземановой, Р. Карпинской, Е. Кольцовой, В. Лебедевой, И. Рыковой.

Список литературы:

- 1) «Пусть говорят» Первый канал. <http://www.tmk-media.ru/UserFiles/file/presentations/pustgovoryat.pdf> (Дата обращения: 30.03.13)
- 2) «Пусть говорят» с А. Малаховым второй день подряд становится самой популярной программой. <http://www.1tv.ru/news/rating/229578> (Дата обращения: 30.03.13)
- 3) 24 октября лидером просмотров стала передача А. Малахова «Пусть говорят». <http://www.1tv.ru/news/rating/218423> (Дата обращения: 30.03.13)
- 4) Временно доступен. Андрей Малахов. <http://www.youtube.com/watch?v=2GsfgXwZFCg> (Дата обращения: 30.03.13)
- 5) Высокие рейтинги программы «Пусть говорят». http://www.1tv.ru/projects_on_site/si5685/p149 (Дата обращения: 30.03.13)
- 6) Доля мужчин и женщин в аудиториях национальных телевизионных каналов. http://www.brandmedia.ru/serv__idP_51_idP1_68_idP2_2425_idP3_2427.html (Дата обращения: 30.03.13)
- 7) Информация о передаче «Пусть говорят». http://www.1tv.ru/projects_in_detail_p/si5685 (Дата обращения: 30.03.13)
- 8) Купрейченко А.Б. Психология доверия и недоверия.- М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2008. – 564 с.

¹⁴ Временно доступен. Андрей Малахов. <http://www.youtube.com/watch?v=2GsfgXwZFCg> (Дата обращения: 30.03.13)

9) Официальный сайт А. Малахова. Биография. <http://malahov.ru/biography> (Дата обращения: 30.03.13)

10) Официальный сайт телепередачи «Пусть говорят». <http://www.telezri.ru/1tv/pust-govoryat> (Дата обращения: 30.03.13)

11) Психология массовой коммуникации: коммуникатор, аудитория, сообщение, каналы, эффекты и эффективность: хрестоматия / составитель В.П. Васильева; под ред. канд. филол. наук К.В. Киуру. - Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2007. – 265 с.

Приложение:

Таблица №1. Невербальные средства воздействия, используемые А. Малаховым

Типы коммуникаций	Приемы
Фонационные средства	<ol style="list-style-type: none">1. Темп речи – увеличивается от начала программы к концу.2. Тембр голоса достаточно низкий. Говорит строго, напористо, иногда резко.3. Громкость речи высокая.
Оптико-кинетические средства	<ol style="list-style-type: none">1. Мимика активная, не скрывает своего отношения к героям и своих эмоций – сочувствие, гнев, неодобрение.2. Активно жестикулирует особенно в моменты, когда разговор дошел до предельной точки. Кивает головой, щурит глаза при беседе с гостями. Указывает рукой, пальцем на героя, экран.3. Поза серьезного, собранного и уверенного в себе человека – прямая спина, ноги на ширине плеч, в руках планшет. Зачастую скрещивает на груди руки, пальцы сжимает в кулаки или же «ломает» углы планшета.
Тактильные средства	<ol style="list-style-type: none">1. Тактильно контактирует с героями - берет их за руки, прикасается, особенно – когда герой подавлен, плачет, и ведущий старается его успокоить.
Пространственно-временные средства	<ol style="list-style-type: none">1. Исходная точка – возвышение в центре студии.2. Постоянно передвигается по студии – подходит к экспертам, к героям.3. Подсаживается к героям в ходе разговора, сокращает с ними дистанцию до минимально возможной.4. В отдельных случаях, задавая вопрос, на который никак не может получить ответ, подходит к людям и нависает над ними, акцентирует внимание на том, что именно он хочет получить ответ и разобраться.

Таблица №2. Вербальные средства воздействия, используемые А. Малаховым

Виды коммуникаций	Приемы
--------------------------	---------------

Лингвистические средства	<p>1. Простая, понятная речь.</p> <p>2. Использование слов поддержки: «не переживайте», «все будет хорошо», «мы вам/тебе поможем», «мы не оставим вас/тебя в беде», «держитесь», «все получится» и пр.</p> <p>3. Причисление себя к участникам программы: «мы же с вами хотим...», «давайте попробуем...» и пр.</p> <p>4. Обращение к героям на «ты».</p> <p>5. Встречаются слова-паразиты.</p>
Экстралингвистические средства	<p>1. Эмоциональное напряжение за счет пауз.</p> <p>2. Темп речи меняется в зависимости от более медленного в начале до быстрого к кульминации программы.</p> <p>3. Интонация нарастает от повествовательной до восклицательной, к концу – спадает.</p> <p>4. Ощущение спонтанной речи.</p>

Таблица №3. Анализ образа А. Малахова на предмет степени вызываемого им доверия

Наиболее значимые критерии доверия	Наиболее значимые критерии недоверия
+ сила, активность, оптимизм (веселость), смелость	- лживый
+- искренность, честность	+ хитрый
+ терпимость, справедливость	- несправедливый
+- ум, образованность, авторитетность	- ненадежный
дополнительные свойства оцениваемого человека:	+ агрессивный
+	+ болтливый
+ открытость	- принадлежащий к враждебной социальной группе
+ организованность	+ конфликтующий с окружающими
+- вежливость	+- невежливый
+ стабильность	- скрытный
+ находчивость	- неопрятный
+- сдержанность	- глупый
+ участливость	- безответственный
- неболтливость	- непредсказуемый
- неагрессивность	- неорганизованный
- скромность	- зависимый от других
+ надежность (поддержка)	+ любопытный
+ предсказуемость	
(9 +, 2 -, 5 +-)	(11 -, 5 +, 1 +-)

Фамилия Имя Отчество	Богачёв Максим Игоревич	Bogachev Maxim Igorevich
Должность и место работы	Стажёр-исследователь Научно-учебной лаборатории исследований в области бизнес- коммуникаций Национального исследовательского университета Высшая школа экономики	Trainee-researcher in Scientific-Educational Laboratory for business- communication in National Research University Higher School of Economics
Ученая степень/звание	нет	no
Тел.	(495) 772-95-90 (2624; 2318; 2680)	(495) 772-95-90 (2624; 2318; 2680)
E-mail	bogachev2008@mail.ru	bogachev2008@mail.ru