

К вопросу о лингвокультурной адаптации американского телевизионного формата вечернего ток-шоу в Великобритании

Научный руководитель – Грецкая Софья Сергеевна

Штейнберг Алина Дмитриевна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет иностранных языков и регионоведения, Кафедра лингвистики и межкультурной коммуникации, Москва, Россия

E-mail: aline1999.s@gmail.com

Доподлинно известно, что наряду с унификацией форм представления информации и их заимствованием одной культурной общностью у другой, глобализация приводит к усилению внимания к национальной самобытности. Поэтому сегодня, благодаря глобальной доступности СМИ, которые позволяют транслировать культурно значимые смыслы, обнаружение лингвокультурных различий становится возможно и в удаленной форме.

Цель исследования состоит в выявлении лингвокультурной специфики формата и содержания телепередач жанра вечернего ток-шоу. Исследование проводилось на **материале** «The Tonight Show Starring Jimmy Fallon», выпускаемого американским телеканалом NBC с 2014 года, и его британской адаптации (создана телесетью ITV в качестве отечественной альтернативы) - «The Nightly Show» - транслируемой с 27 февраля по 23 апреля 2017 года.

Телевизионный медиатекст, разворачиваясь сразу на нескольких уровнях, включает вербальные и аудиовизуальные средства и элементы разнообразных культурных кодов [1], что обуславливает широкий круг подходов к его описанию. **Методология** исследования представлена контекстуальным и сопоставительным методами анализа дискурса телеведущих. Применялся также собственно медиалингвистический метод [2], который регистрирует и описывает закономерности взаимодействия разных уровней медиаречи и включает распознавание и интерпретацию особых медийных знаков.

В ходе исследования выдвигается следующая **гипотеза**: влияние массовой культуры, а также универсализация и копирование форматов и содержания телепередач не могут нивелировать проявление культурной специфики на всех уровнях адаптированного медийного продукта.

Теоретическая значимость исследования заключается в проведении систематического сопоставительного анализа двух передач развлекательного жанра, зародившегося в США и адаптированного Великобританией, с точки зрения основных различий между двумя лингвокультурами.

Как жанр, вечернее ток-шоу зародилось в 1950-е гг. в США, когда актер и комик Стив Аллен создал первое в своем роде “The Tonight Show” - самый успешный формат вечерней развлекательной передачи с самой продолжительной историей [3]. Аллен создал «грамматику» [3] подобного рода телепрограмм: вступительный монолог постоянного ведущего, его шуточные перепалки с соведущим и фронтменом штатной музыкальной группы, импровизированный диалог с аудиторией и самые разные рубрики с участием знаменитостей.

Проведенное исследование, в ходе которого применялись различные типологии сравнения культур, разработанные в рамках теории межкультурной коммуникации, позволило заключить, что ключевые различия между лингвокультурами прослеживаются в поведении ведущих, их манере общаться и одеваться, в оформлении студии и наполнении рубрик.

Так, исследователи Л. Самовар и Р. Портер отмечают высокую степень неформальности американской культуры [4], которая заметна при сравнении стиля одежды ведущих и их общении с гостями. Британцы выглядят несколько более строго, тогда как ведущий «The Tonight Show» Дж. Фэллон отличается от коллег тем, что во время выхода его пиджак застегнут либо на одну пуговицу, либо расстегнут совсем, он никогда не носит нагрудного платка и намного чаще общается с гостями на личные темы.

Стоит подчеркнуть, что у «The Nightly Show» нет постоянного телеведущего: ITV предоставил возможность восьми медийным личностям поочередно в течение пяти будних вечеров попробовать себя в роли автора и ведущего, что значительно отразилось на всех аспектах содержания и оформления передачи. Столь нестрогое следование обычаю позволяет проследить действие параметра избегания неопределенности, разработанного Г. Хофстеде. В рейтинге проанализированных им стран Великобритания по данному параметру находится ниже США [4], и представители данной лингвокультуры спокойнее относятся к новым и неизвестным ситуациям, проявляют гибкость в отношении формальных инструкций.

Исходя из параметра индивидуализма, Великобритания предстает чуть более коллективистским обществом, чем США [4]. Этим, вероятно, объясняется гораздо более заметное взаимодействие с «живой» аудиторией. Помимо этого, в британской телепередаче первый гость не уходит после объявления следующего, и к концу эфира ведущих и все его гости принимают участие в шутливой беседе или какой-либо рубрике.

По модели измерения различий деловых культур Ф. Тромпенаарса и Ч. Хэмиден-Тернера [6], британцы более склонны полагаться на удачу, подчиняться воле судьбы (критерий окружающей среды). Так, во многих выпусках «The Nightly Show» звездный гость участвует в игре, и если победит, то один случайный зритель выигрывает ценный приз.

Наконец, согласно концепции Э. Холла, обе культуры считаются монохронными [5], но одновременность общения британских ведущих с несколькими гостями позволяет предположить чуть большую тенденцию их лингвокультуры к полихронности. Говоря об отношении ко времени, нельзя не упомянуть о соответствующем положении Теории ценностных ориентаций К. Клакхона и Ф. Стробека [4], по которому Великобритания относится к культурам, ориентированным на прошлое, а США - на будущее. Так, некоторые предзаписанные для британского шоу скетчи стилизованы под качество съемки и стиль монтажа конца прошлого века, ведущий и его гости упоминают королеву, события из истории страны, что подчеркивает важность сохранения традиций.

Проведенное исследование проиллюстрировало актуальность выявления национальной идентичности в перенятом телевизионном формате и способствовало конкретизации широко применяемых параметров. Оно также свидетельствовало о том, что при использовании разными культурами одного и того же языка можно определить национальную принадлежность создателей и целевой аудитории медиапродукта без опоры на особенности регионального акцента носителей.

Источники и литература

- 1) Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов. М., 2005.
- 2) Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. М., 2008.
- 3) Alba, Ben. *Inventing late night: Steve Allen and the original Tonight show*. Amherst, 2005.
- 4) Samovar, Larry A., Porter, Richard E. *Communication between cultures*. Belmont, 2001.

- 5) Samovar, Larry A., Porter, Richard E. Intercultural Communication: A Reader. Belmont, 1999.
- 6) Trompenaars F., Hampden-Turner C. Building cross-cultural competence. New Haven & London, 2000.