

На правах рукописи



САЛИХОВ Александр Юрьевич

**ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ
ДИСКУРСА ТОК-ШОУ
(на материале английского и русского языков)**

Специальность 10.02.20 – Сравнительно-историческое,
типологическое и сопоставительное языкознание

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Тюмень 2016

Работа выполнена в Федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Челябинский государственный университет»

- Научный руководитель:** кандидат филологических наук, доцент
Власян Гаянэ Рубеновна
заведующий кафедрой теории и практики
английского языка ФГБОУ ВПО «Челябинский
государственный университет»
- Официальные оппоненты:** доктор филологических наук, доцент
Кошкарова Наталья Николаевна
доцент кафедры международных
коммуникаций ФГБОУ ВПО
«Южно-Уральский государственный
университет» (национальный
исследовательский университет)
- кандидат филологических наук, доцент
Яренчук Елена Эдуардовна
доцент кафедры перевода и межкультурной
коммуникации ФГБОУ ВПО «Курский
государственный университет»
- Ведущая организация –** ФГБОУ ВПО «Башкирский
государственный университет»

Защита диссертации состоится 03 марта 2016 г. в 12.30 часов на заседании диссертационного совета Д 212.274.15 по защите диссертаций на соискание ученой степени кандидата филологических наук, на соискание ученой степени доктора филологических наук при Тюменском государственном университете по адресу: 625003, г. Тюмень, ул. Республики, 9, ауд. 211. С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ИБЦ ФГБОУ ВПО «Тюменский государственный университет» по адресу: 625003, г. Тюмень, ул. Семакова, 18, а также на официальном сайте ТюмГУ, код доступа: <http://d21227415.utmn.ru/defenses>

Автореферат разослан «__» декабря 2015 г.

Ученый секретарь диссертационного совета
кандидат филологических наук, доцент



Т.В. Сотникова

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Реферируемое диссертационное исследование посвящено сопоставительному исследованию лингвопрагматических особенностей дискурса ток-шоу США и РФ.

Ток-шоу – неотъемлемый феномен современного общества. Оно появилось в 1967 г. благодаря случаю, и сейчас только в Соединенных Штатах Америки снимается более ста ток-шоу. В то же время, несмотря на то, что ток-шоу играют большую роль в формировании мировоззрения значительного количества людей, в том числе детей, дискурс ток-шоу до сих пор остается недостаточно изученным.

Актуальность исследования определяется необходимостью углубленного изучения и анализа композиционных и коммуникативно-прагматических особенностей дискурса ток-шоу, включая типичные стратегии вежливости. Сопоставительное изучение дискурса ток-шоу дает возможность выявить универсальные и национально-специфичные черты рассматриваемых лингвокультур, а также повысить эффективность межкультурного взаимодействия.

Степень разработанности темы исследования. В российской лингвистике при исследовании институционального дискурса внимание обычно уделяют его композиционным характеристикам, таким как хронотоп, типовые участники, ценности и так далее (Е.В. Бобырева, Е.В. Долгова, В.И. Карасик и др.), коммуникативно-прагматическим характеристикам (Г.П. Берзина, Е.Г. Ларина, И.Г. Сидорова, К.В. Снятков и др.), а также лингво-стилистическим особенностям на морфологическом и синтаксическом уровнях (Л.Г. Викулова, В.В. Дворянцева, А.А. Телешев и др.). Анализ дискурса ток-шоу посвящены работы Е.Г. Лариной, которая рассматривает лингвопрагматические особенности американского дискурса ток-шоу, М.Ю. Коченгина, который определяет функционально-семантические свойства американского дискурса ток-шоу, А.В. Капишниковой, которая занимается изучением лингвистических средств управления дискурсом на материале американских радиопередач ток-шоу, и др. В то же время теория вежливости, активно разрабатываемая в настоящий момент, практически не востребована с точки зрения исследования институционального дискурса российскими авторами. Анализ типичных стратегий вежливости, используемых в том или ином жанре дискурса, способен углубить понимание взаимообусловленности языка и культуры и помочь в процессе межкультурной коммуникации.

Объектом настоящего исследования является дискурс ток-шоу США и РФ, **предметом** – общие и специфичные композиционные и коммуникативно-прагматические особенности дискурса ток-шоу США и РФ, включая типичные стратегии вежливости.

Целью исследования является сопоставительный анализ лингвопрагматических особенностей американского и российского дискурса ток-шоу.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**:

1. Изучить существующие определения дискурса в современной лингвистической парадигме.
2. Представить типологию и структуру дискурса.
3. Дать определение дискурса ток-шоу.
4. Выделить основные концепции теории вежливости.
5. Рассмотреть дискурс ток-шоу США и РФ с точки зрения его композиции и основных компонентов.
6. Представить анализ интенциональных особенностей дискурса ток-шоу США и РФ.
7. Выявить универсальные и национально-специфичные стратегии вежливости, используемые в сопоставляемых дискурсах.

Научная новизна настоящего диссертационного исследования состоит в том, что в нем впервые:

1. Применяется комплексный подход к обнаружению своеобразия дискурса ток-шоу в американской и российской лингвокультурах.
2. Выявляются и систематизируются ценности типовых участников дискурса ток-шоу.
3. Проводится сопоставительный анализ дискурса ток-шоу США и РФ в рамках теории вежливости.

Теоретическая значимость исследования заключается в том, что оно вносит определенный вклад в изучение прагматических аспектов институционального дискурса с применением положений теории лингвистической вежливости. Используемая в диссертации комплексная методика сопоставительного анализа дискурса ток-шоу может быть реализована в исследованиях других жанров дискурса. Полученные результаты расширяют представления о категории вежливости как средстве достижения успешности дискурса, углубляют знания о взаимообусловленности языка и культуры, позволяют предсказывать выбор определенных моделей языкового поведения в условиях культуры США или России, имеют потенциал для использования в прагматике и коммуникативной лингвистике.

Практическая значимость работы состоит в том, что ее результаты могут быть использованы для разработки компетенций, методов и приемов фильтрации информации, подаваемой зрителям посредством ток-шоу, а также развития дискурса ток-шоу для лучшего достижения целей данного вида телепередач. Кроме того, теоретическая и практическая база настоящего исследования может быть использована в качестве вспомогательного материала при разработке общетеоретических курсов по межкультурной коммуникации, теоретической грамматике, когнитивной лингвистике, лингвокультурологии и прагмалингвистике, а также при написании научных трудов, включая курсовые и дипломные работы.

Материалом исследования послужили скрипты эпизодов ток-шоу США «Larry King Now», «Late Show with David Letterman», «Meet the Press», «The Ellen DeGeneres Show», «The Jerry Springer Show», «The Oprah Winfrey Show» и ток-шоу РФ «Вечерний Ургант», «Вечер с Владимиром Соловьевым», «Культурная революция», «Познер», «Прямой эфир», «Пусть говорят» за 1993-2015 гг., размещенных на различных Интернет-сайтах. Всего проанализировано 120 часов ток-шоу: 60 часов ток-шоу РФ и 60 часов ток-шоу США.

Теоретической базой исследования послужили труды ряда ученых, занимавшихся различными аспектами указанной проблематики. Вопросы теории дискурса рассматриваются Н.Д. Арутюновой, Э. Бенвенистом, Т.А. ван Дейком, В.А. Звегинцевым, В.И. Карасиком, М. Култхардом, М.Л. Макаровым, А.К. Михальской, П. Серио, Н.Д. Тамарченко, Д. Шифрин, А.С. Штерн и др. Теория диалога является предметом исследования М.М. Бахтина, Г.Р. Власян, А.Р. Лурии, Ю.В. Рождественского, А.П. Стельмашук, С.А. Сухих, Л.П. Якубинского, теория вежливости – П. Браун, Э. Гоффмана, П. Грайса, Д. Калпепера, Р. Лакофф, Т.В. Лариной, С. Левинсона, Дж. Лича, Р. Сколлон, С. Сколлон, Ю.С. Степанова, Р. Уоттса и др. Изучение стратегичности дискурса получило освещение в работах Р. Блакара, О.С. Иссерс, К. Келлерман, К. Менга, С.Н. Плотниковой, Дж. Серля и др.

Методы исследования включают общенаучные методы синтеза и анализа, дефиниционный метод, примененный при выведении понятия «дискурс ток-шоу»; метод лингвистического описания, используемый при отборе и систематизации языковых единиц; метод количественной обработки данных, действительный при подсчете частоты употребления анализируемых единиц; сопоставительный метод, употребляемый при анализе и интерпретации стратегий вежливости с учетом лингвокультурологической характеристики исследуемых явлений; гипотетико-дедуктивный метод, основанный на выведении заключений из гипотез. Также привлекались структурно-семантический метод, благодаря которому стало возможно последовательно описать структуру изучаемого явления в тесной связи с выражаемым им содержанием и функционированием в речи, компонентный метод, посредством которого производится разложение дискурса на его составляющие, контекстуальный метод, в результате задействования которого становится возможным выделение примеров определенных стратегий вежливости и пространственно-временных этапов, и метод дискурс-анализа, при помощи которого проводился анализ текстов и реакции на них слушателя.

Положения, выносимые на защиту:

1. Дискурс ток-шоу – особый жанр институционального диалогического дискурса, представляющий собой специализированную клишированную разновидность связного текста в совокупности с экстралингвистическими, прагматическими, психологическими и другими

факторами в рамках статусно-ролевых отношений с целью активизации восприятия содержания, заключенного в телевизионной или радиопередаче, с помощью диспута, острых вопросов, высказывания различных точек зрения.

2. Дискурс ток-шоу имеет свойственную только ему композицию социолингвистических признаков, заключающуюся в особой формуле хронотопа, набора типовых участников, целей, ценностей и стратегий.

3. Сопоставляемые дискурсы ток-шоу характеризуются общими интенциональными особенностями: направленность как на коммуникацию, так и на психологическую поддержку, вовлеченность/включение аудитории в беседу, склонность к максимализму, нагнетание драматизма, а также возможность как импровизированной, так и подготовленной речи участников.

4. Дискурс ток-шоу США и РФ различается с точки зрения применяемых стратегий вежливости, что позволяет глубже понять особенности американской и российской лингвокультур, выделить универсальные и национально-специфические черты дискурса ток-шоу США и РФ. Несмотря на преобладание конструкций позитивной вежливости в дискурсе ток-шоу как США, так и РФ, частотность их употребления различается. Помимо этого, в сопоставляемых дискурсах наблюдается значимая разница в соотношении основных используемых стратегий вежливости, в частности, эмоциональной эмфазы и хеджирования.

Степень достоверности результатов диссертационной работы обеспечивается обширным анализом практического материала на русском и английском языках, выводами, основанными на количественных подсчетах, возможностью их верификации в других видах институционального дискурса.

Апробация и внедрение результатов исследования. Основные результаты и положения настоящей работы освещены в 10 публикациях, в том числе в 3 статьях в изданиях, рекомендованных ВАК Министерства образования и науки РФ для публикации основных научных результатов диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук.

По материалам исследования опубликованы статьи в научных и научно-методических журналах и сборниках научных трудов: «Актуальные проблемы филологии» (Екатеринбург, 2013), «Вестник Челябинского государственного университета» (Челябинск, 2013, 2014), «Studium Juvenis» (Челябинск, 2013), «Вестник науки и образования» (Москва, 2014), «Дискурс как социальная деятельность: приоритеты и перспективы» (Москва, 2014), «Когнитивные исследования языка» (Москва-Тамбов-Челябинск, 2014), «Межкультурная ↔ Интракультурная коммуникация» (Уфа, 2014), «Вестник МГЛУ» (Москва, 2015), «Lingua Mobilis» (Челябинск, 2014).

Результаты работы были представлены на международных научных, научно-методических и научно-практических конференциях «Актуальные проблемы филологии – 2013» (Екатеринбург, 2013), «СМИ – общество – образование: проблемы медиабезопасности» (Челябинск, 2013), «Дискурс

как социальная деятельность: приоритеты и перспективы» (Москва, 2014), «Слово, высказывание, текст в когнитивном, прагматическом и культурологическом аспектах» (Челябинск, 2014), «2nd Conference of the American Pragmatics Association» (Лос-Анджелес, Соединенные Штаты Америки, 2014), «Межкультурная ↔ Интракультурная коммуникация: теория и практика обучения и перевода» (Уфа, 2014), а также на международном конгрессе по когнитивной лингвистике (Челябинск, 2014).

Результаты исследования обсуждались на заседаниях кафедры теории и практики английского языка ФГБОУ ВПО «Челябинский государственный университет» (2012-2015 гг.), семинарах Челябинского отделения Российской ассоциации лингвистов-когнитологов (2014-2015 гг.).

Объем и структура работы. Настоящая диссертация состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованной литературы, включающего 276 источников, из которых 9 составляют словари и энциклопедии. В тексте содержится 1 рис., 1 таблица и 6 диаграмм. Основной текст диссертации изложен на 168 страницах. Общий объем работы составляет 197 страниц.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** представлена характеристика основных параметров работы: указывается направление исследования, обосновывается его актуальность, описывается степень разработанности темы, определяются объект и предмет исследования, обозначаются его цель и задачи, описывается используемый материал и теоретическая база исследования, указывается методика, формулируется научная новизна, теоретическая и практическая значимость исследования, излагаются основные положения, выносимые на защиту, а также приводится структура диссертации.

В первой главе **«Теоретические основы сопоставительного исследования дискурса ток-шоу»** представлено определение дискурса, различные подходы к его изучению, отличия дискурса от диалога и текста и их взаимосвязь, приводится структура и типология дискурса. Дискурс ток-шоу выделяется в качестве институционального дискурса. Представлены различные подходы к изучению стратегичности дискурса, в частности, к теории вежливости.

В разделе 1.1 **«Основные подходы к изучению дискурса»** рассматриваются наиболее известные варианты научной интерпретации термина «дискурс» и характеристики дискурса, проводится разграничение понятий «дискурс» и «текст». Помимо этого, дается используемое в диссертационном исследовании определение категории «дискурс», данное Н.Д. Арутюновой: дискурс – это связная целенаправленная речевая деятельность в совокупности с экстралингвистическими, прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами любого типа репрезентации языкового материала, взятая в событийном аспекте и

участвующая во взаимодействии людей и механизмов их сознания (Лингвистический энциклопедический словарь 2002).

В разделе 1.2 **«Способы типологизации и описания дискурса»** представлены подходы к классификации дискурсов, основные положения о структуре дискурса и описание дискурса ток-шоу как институционального.

Различают 2 уровня структуры дискурса: глобальный и локальный. Они устроены иерархически и представляют собой «реферат» и «клаузы», соответственно. Описать глобальную и локальную структуры дискурса можно при помощи так называемых риторических отношений, введенных в употребление У. Манном и С. Томпсон в рамках теории риторической структуры (Mann, Thompson 1987).

Основное разграничение в типологии дискурса – противопоставление дискурса устного и письменного. Кроме того, выделяется мысленный дискурс. В.И. Карасик противопоставляет также личностно-ориентированный и институциональный дискурсы и предлагает следующую схему описания последнего: типовые участники, хронотоп, цели, ценности, стратегии, жанры, прецедентные тексты и дискурсивные формулы (Карасик 2002).

Несмотря на то, что исчерпывающей классификации жанров дискурса не существует, определяются два способа выделения жанров: экстралингвистический и лингвистический, подразделяемый на структурный и лексико-грамматический.

Ток-шоу – жанр институционального дискурса, так как предполагает статусно-ролевые отношения и может быть описан по схеме институционального дискурса, предложенной В.И. Карасиком; у ток-шоу есть типовые участники, хронотоп, цели, ценности, стратегии, жанры, прецедентные тексты и дискурсивные формулы. Только типология В.И. Карасика позволяет узкоспециально рассмотреть каждый отдельный жанр институционального дискурса, в данном случае – дискурс ток-шоу.

В разделе 1.3 **«Диалог как основной вербальный компонент дискурса ток-шоу»** проходит разграничение понятий «дискурс» и «диалог», описание характерных особенностей диалогической речи и ее взаимосвязи с дискурсом.

Диалог – основной компонент дискурса ток-шоу; форма речи, состоящая из обмена высказываниями-репликами, на языковой состав которых влияет непосредственное восприятие, активизирующее роль адресата в речевой деятельности адресанта (Энциклопедия языкознания URL).

Основными особенностями диалога являются необязательность готового внутреннего мотива, знание ситуации, включение внеязыковых компонентов (мимики, жестов, средств интонации, пауз) и грамматическая неполнота – эллипсис/элизия (Лурия 1979: 205-206).

Результативность диалога оценивается по степени реализации его пафоса – содержательного намерения, определяемого целью, с которой ведется диалог.

Помимо содержательного намерения, качество диалога оценивается по его интенсивности – наименьшему количеству реплик, необходимых для завершения диалога (Рождественский 1997).

На основании проведенного исследования мы определяем дискурс ток-шоу как особый жанр институционального диалогического дискурса, представляющий собой специализированную клишированную разновидность связного текста в совокупности с экстралингвистическими, прагматическими, психологическими и другими факторами в рамках статусно-ролевых отношений с целью активизации восприятия содержания, заключенного в телевизионной или радиопередаче, с помощью диспута, острых вопросов, высказывания различных точек зрения.

В разделе 1.4 **«Стратегичность как механизм реализации целей дискурса»** рассматривается понятие «стратегия», описываются подходы к определению и выделению стратегий лингвистической вежливости, а также приводится характеристика стратегий вежливости в теории П. Браун и С. Левинсона.

Коммуникативная стратегия – сложное понятие, предоставляющее широкое поле для научной интерпретации. Коммуникативные стратегии имеют место при наличии коммуникативной проблемы/цели и, согласно Р. Блакару и К. Келлерман, даже в том случае, если они не осознаются коммуникантом (например, в ритуализованной ситуации общения, когда дискурс и стратегия контекстуально навязаны субъекту коммуникации) (Блакар 1987, Kellerman 1992). Даже если составляющие дискурс речевые акты неоднородны по своей структуре, из них возможно, при определенных обстоятельствах, вывести общую макроиллюцию (Плотникова 2006). Основное противоречие возникает при попытке разграничения разными специалистами понятий «стратегия», «тактика» и «речевой акт».

Наиболее целесообразным в рамках настоящего исследования представляется использование определения коммуникативной стратегии, данного В.И. Карасиком. Коммуникативная стратегия – «последовательность интенций речевых действий, реализуемая в той или иной конкретной последовательности коммуникативных ходов, определяемая целями дискурса и реализуемая в его жанрах» (Карасик 1999). Таким образом, можно говорить, что коммуникативная стратегия – общее, генерализованное планирование коммуникации, осуществляемое на основе текущей ситуации и цели общения. Тактика же, по теории И.П. Тарасовой, является концептом, относящимся к стратегии как частное к общему: в то время как стратегия направлена на достижение определенного генерализованного результата, тактика представляет собой совокупность коммуникативных ходов на отдельном этапе общения (Тарасова 1992). Тактики способствуют гибкому решению частных задач, ведущих к достижению общей коммуникативной

цели коммуниканта. Это необходимо для итогового успеха, так как в процессе передачи сообщение претерпевает определенные изменения в связи с индивидуальными особенностями отправителя и реципиента и зависит от канала передачи сообщения, что обуславливает высокую вероятность неправильной интерпретации мотивации адресанта. При этом тактикой (но не стратегией ввиду наличия только одной определенной цели) может являться речевой акт.

Вслед за Т.А. ван Дейком, мы наблюдаем несомненную связь понятий «дискурс» и «коммуникативная стратегия»: дискурс – модель, построенная на стратегии (определяемой также как «дискурсивная») (ван Дейк, Кинч 1988).

Эффективность коммуникативной стратегии можно оценивать количественно или качественно, то есть по отношению количества достигнутых целей к числу существующих целей или по приоритетности достигнутых целей. Вторая система оценки представляется нам более адекватной в связи с вероятностью противоречия коммуникативных целей субъекта. При этом нужно понимать, что не во всех случаях целью коммуникации является сотрудничество адресанта с адресатом (ван Дейк 1989, Иссерс 2006).

В вопросе классификации коммуникативных стратегий мы придерживаемся теории О.С. Иссерс и вслед за ней выделяем стратегии основные (наиболее значимые в конкретный момент общения) и вспомогательные; последние подразделяются на стратегии прагматические (установка на самовыражение), диалогические (управление коммуникативной ситуацией) и риторические (воздействие на адресата) (Иссерс 2006).

Вежливость – центральная коммуникативная стратегия, наряду с прочими зафиксированная в сознании разумных людей, способных к коммуникации, с вариациями в зависимости от лингвокультуры, жизненного опыта конкретного индивида и таких социальных переменных, как принадлежность к определенному социальному классу, этническому большинству/меньшинству, религия и профессия, а также пола, возраста, круга общения и прочих факторов и призванная регулировать социальные взаимодействия с учетом ситуации общения. Наиболее проработанная классификация стратегий вежливости, направленных на демонстрацию солидарности (15 стратегий) при сохранении дистанции (10 стратегий), то есть на поддержание позитивного и негативного лица, представлена П. Браун и С. Левинсоном (Brown, Levinson 1987: 322).

Во второй главе «Композиционные и коммуникативно-прагматические особенности дискурса ток-шоу США и РФ» представлено исследование композиционных (таких как хронотоп, типовые участники, ценности) и коммуникативно-прагматических особенностей (направленность не только на коммуникацию, но и на психологическую поддержку; вовлеченность/включение аудитории в беседу;

склонность к преуменьшению серьезности вопроса, четкому противопоставлению «добра» и «зла»; нагнетание драматизма; импровизированность/подготовленность речи) дискурса ток-шоу. Проводится сопоставительный анализ стратегий вежливости, применяемых в дискурсе ток-шоу США и РФ.

В разделе 2.1 «Композиционные особенности дискурса ток-шоу США и РФ» приводится анализ таких композиционных элементов дискурса ток-шоу, как хронотоп, типовые участники и ценности.

С точки зрения хронотопа, ток-шоу проводят в специализированных студиях с четко выделяемыми функциональными зонами (места для зрителей, места для приглашенных экспертов, места для гостей и ведущего) в течение ограниченного времени. Развитие ток-шоу включает в себя следующие этапы:

1. Представление гостя программы: *«Before she became an international phenomenon, Lady Gaga was just the girl next door. Stephanie Joanne Angelina Germanotta, she was raised in one of New York's richest neighborhoods...»* («Прежде чем стать международным феноменом, Леди Гага была самой обычной девушкой. Стефани Джоанн Анджелина Джерманотта выросла в одном из самых богатых районов Нью-Йорка...») («The Oprah Winfrey Show» от 15 января 2010 г.); *«Здравствуйте! Наверное, не было эпохи, когда бы родители не были так недовольны тем, как учат их детей в школах. Не было ни одной эпохи, когда вопросы образования не становились бы во главу общественного спора. Как и сегодня, мы переживаем такой же период, и естественно, что мы не могли не обратиться к этой проблеме в нашей сегодняшней “Культурной революции”»* («Культурная революция» от 04 октября 2015 г.).

2. Провокационный вопрос: *«What's wrong with everyone in this country? Let's check it out!»* («Что не так с нашей страной? Давайте выясним!») («Late Show with David Letterman» от 04 октября 2010 г.); *«Сразу первый тест: насколько вы, эээ, насколько развит ваш патриотизм Первого канала? Для вас какой праздник более значимый: ваш день рожденья или день рожденья Первого канала?»* («Вечерний Ургант» от 03 апреля 2015 г.).

3. Начало разговора: *«Do you do anything? The e-mail, or any of that stuff? – I have an e-mail... I had an e-mail... – You've got one e-mail?! – Yeah... some... I don't do any of this social networking stuff, I don't know, the idea of just sitting baffles me. Seems like you are having fun with that, though»* («Вы чем-нибудь увлекаетесь? В смысле, у вас есть электронная почта, какие-нибудь аккаунты? – У меня есть электронная почта... Приходило письмо... – Вам пришло одно письмо?! – Ну, да... Несколько... Я не сижу в социальных сетях, не знаю, не вижу смысла. А вот вам, судя по всему, это очень даже нравится») («Late Show with David Letterman» от 21 ноября 2012 г.); *«Скажите, я правильно понимаю, что в прошлый раз – спасибо отдельное за то, как вы пели гимн, ааа, нашей страны, – насколько продвинулось ваше изучение русского языка? – Ну, я, ну, каждый день я*

изучаю русский... – Да, и все. – Да, и все. Я привык уже» («Вечерний Ургант» от 16 марта 2015 г.).

4. Продолжение разговора: «*So those abs, that whole thing comes from you really, really working out... – Yeah, yeah... – And being 20!*» («То есть этот пресс, все эти мышцы оттого, что вы действительно много качаетесь... – Да, да... – И потому что вам 20!») («The Oprah Winfrey Show» от 05 февраля 2002 г.); «*Заткнитесь, пожалуйста! – Слушайте, давайте как-то... Вот... Давайте сейчас... – Я не буду, Андрюш. Она, извините, у нее... У нас была программа, я вас никогда не унижала, Мария, я к вам относилась с таким уважением. Почему вы переходите на личности? Потому что это уже переходит все границы. Мы здесь пришли не меня обсуждать*» («Пусть говорят» от 12 марта 2015 г.).

5. Диалог с аудиторией посредством вопросов из аудитории: «*У меня вопрос к Александру Александровичу, поскольку он все-таки выступает за стандарты, а я все-таки против... Ха-ха... Вот такая квинтэссенция, самое главное: скажите: нужно ли думать, когда ты подчиняешься стандарту*» («Культурная революция» от 08 октября 2015 г.); звонков в студию: «*Hello, Ellen, this is Gladys from Austin, Texas. I'm 88 and I love your show and I am a regular. Ah, I'm a regular watcher, what I mean to say. And can you do me a favor, honey? Move that spiky plant to the side...*» («Здравствуй, Эллиен, это Глэдис из Остина, штат Техас. Мне 88 лет. Я люблю ваше шоу и я завсегдагай. В смысле, я постоянно смотрю ваше шоу. Ты не могла бы сделать мне одолжение, дорогуша? Сдвинь это колючее растение в сторону...») («The Ellen DeGeneres Show» от 17 января 2007 г.); сообщений в социальных сетях: «*If you could do a duet with any singer or group, who would it be?*» («Если бы вы могли спеть дуэтом с любым другим певцом или группой, то кого бы вы выбрали?») («Larry King Now» от 18 ноября 2014 г.).

6. Подведение итогов и предложение решения по проблеме: «*Well, we all think philosophy is just fun and games. Semiotics, deconstruction, Lacanian post-Freudian psychoanalysis, it all seems like good, clean fun. But when the heart gets involved, all our painfully acquired metaphysical insights go right out the window, and we're reduced to battling it out like rutting chimpanzees. It's not pretty. If you're in a relationship, and differences over the fundamental principles of your respective subjectivities are making things difficult, maybe it's time to move on. Find someone new, someone who will accept you and the way your laughably limited human intelligence chooses to codify and rationalize the chaos of existence. After all, in the absence of a clear, unquestionable revelation from God, that's all we're all doing anyway*» («Итак, все мы думаем, что философия – смешно и весело. Семиотика, деконструктивизм, лакановский постфрейдистский психоанализ – все это кажется хорошим и легким чтивом. Но когда екает сердце, то все наши с трудом нажитые метафизические уроки летят в трубу, и мы начинаем вести себя не как люди, а как шимпанзе в брачный период. Ничего хорошего в этом нет. Если вы находитесь в отношениях, но разница в ваших с партнером

фундаментальных принципах осложняет вам жизнь, возможно, пора что-то менять. Найдите кого-то нового, кто примет вас и то, как ваш до смешного ограниченный человеческий ум систематизирует и объясняет экзистенциальный хаос. В конце концов, в отсутствие четкого, бесспорного богооткровения, это все, чем мы, собственно, занимаемся» («The Jerry Springer Show» от 01 июля 2003 г.); *«Но... Но, эээ, вообще, самый точный и самый правильный вопрос вы, наверное, задали, Азиза: почему это произошло? Это вопрос, который будет задавать любой человек, глядя на такую страшную аварию, такую трагедию. – Потому что этот водитель не соблюдает правила дорожного движения! – Именно поэтому! А еще из-за слова, которое звучало всю нашу программу: безнаказанность. У всех, у всех, кто совершил эти преступления, о которых мы говорили сегодня, за плечами уже не одно, а десятки нарушений. Безнаказанность их сделала убийцами. Мы здесь все собрались сегодня для того, чтобы те, кто виновен в ваших трагедиях, понесли наказание. Мы будем следить обязательно за этими историями, пока не будет поставлена точка. Безнаказанности в вашем случае больше не будет»* («Прямой эфир» от 15 октября 2015 г.).

Данный перечень не включает в себя ноу-хау отдельных ток-шоу, так как они не приводят к смене жанра телепередач, а лишь добавляют ток-шоу оригинальности.

Типовые участники ток-шоу, то есть роли, присущие подавляющему большинству ток-шоу, таковы: ведущий, гости, зрители в студии и телезрители. Однако в некоторых ток-шоу зрители в студии могут отсутствовать в принципе (например, в ток-шоу «Meet the Press») или приглашаться только на съемки специальных выпусков (например, в ток-шоу «Познер»). Такие телепередачи, тем не менее, остаются особым подвидом ток-шоу до тех пор, пока выполняют свою цель – активизировать восприятие содержания, заключенного в передаче с помощью диспута, острых вопросов, высказывания различных точек зрения.

Выделяются следующие основные ценности ток-шоу, рассмотренные с точки зрения его типовых участников: для ведущих – диалогичность, разговорность, контакт с аудиторией, поддержание интереса и подталкивание к размышлению; для гостей программы – свобода слова, развлекательность и контакт с аудиторией; для зрителей (в студии и телезрителей) – развлекательность, чувство общности со знаменитостями и знание. Следует отметить, что ценности во многом определяют лингвопрагматические особенности дискурса.

Ввиду того, что ток-шоу из специфического жанра передач в американском телевизионном эфире стали глобальным феноменом, композиционные характеристики сопоставляемых дискурсов совпадают.

В разделе 2.2 «Анализ интенциональных особенностей дискурса ток-шоу США и РФ» рассматриваются коммуникативно-прагматические (интенциональные) и лингво-стилистические особенности дискурса американских и российских ток-шоу.

Интенциональные особенности дискурса определяются целями и мотивами коммуникантов и находят свое воплощение в применении определенных дискурсивных стратегий и тактик в речевых актах. Среди основных интенциональных особенностей дискурса ток-шоу можно выделить следующие:

1. Предложение решения обсуждаемой проблемы: *«Only you can decide not to let yourself be hurt by rejection anymore and to understand that there is someone out there who will return the love you crave and deserve»* («Только вы сами можете принять решение больше не убиваться из-за отказов и понять, что в мире есть человек, который ответит вам взаимностью, которую вы жаждете и заслуживаете») («The Jerry Springer Show» от 16 июня 2015 г.); *«Мария, тсс, я вынужден заканчивать... Вы сказали фразу “Радость и счастье для ребенка”. Мне кажется, что больше всего счастье для ребенка – это вот как счастье для одного из героев, эээ, нашей сегодняшней программы и члена тоже вашей большой семьи – это вот так вот сладко спать на коленях у своей, эээ, родственницы. Ааа, мне кажется, вот глядя на него можно сделать очень важный вывод, что, как важно, чтоб все-таки свои родные люди следили, ааа, за детьми, родные взрослые люди, чтобы это не приходилось делать чужим взрослым людям. Точку в этой истории – спасибо всем, кто пришли сюда сегодня – и вам, и вам – но точку в этой истории, конечно же, поставит следствие, а если нужно, то и суд. А мы продолжим за это... За этим следить. Спасибо, что пришли и рассказали все, свою точку зрения. Всего вам самого доброго, до свиданья»* («Прямой эфир» от 09 июня 2015 г.).

Наличие как минимум промежуточного решения в любой ситуации в конечном итоге приводит к реализации скрытых целей ток-шоу – поднятию рейтинга и продвижению идей в массы. Это происходит благодаря тому, что вера во «всемогущество» ток-шоу и его ведущего, способного сохранять хладнокровие и давать ценные советы в любых ситуациях, делает людей более доверчивыми и восприимчивыми к идеям и поведению участников ток-шоу и повышает рейтинги.

2. Включение аудитории в беседу посредством звонков в студию: *«We love you Susan, you are a living proof that miracles can yet happen, thank you!»* («Мы любим тебя, Сьюзен, ты – живое доказательство того, что чудеса все еще случаются, спасибо тебе!») («The Oprah Winfrey Show» от 11 мая 2009 г.); вопросов из зала: *«Юрий Петросян, Москва. Во-первых, Михаил Дмитриевич, я вас поздравляю и поздравляю нас всех с избранием вас лидером партии. – Спасибо. – Мой вопрос, может, банальным покажется, но вам задает вопрос ваш потенциальный избиратель. Какие у вас реальные политические взгляды, и хотел бы услышать ваше понимание, представление о принципе разделения властей»* («Познер» от 26 июня 2011 г.); прямого обращения ведущего: *«Our tremendous audience is willing to say something! What do you think? Is this a right thing to do?»* («Нашим блистательным зрителям в студии не терпится высказаться! Как вы

думаете, можно ли так поступать?») («The Jerry Springer Show» от 15 января 2010 г.); «*What's the one thing you wish that you knew earlier?*» («Что из того, что вы знаете сейчас постфактум, вы бы хотели узнать заранее?») («Larry King Now» от 10 декабря 2014 г.).

Подобная вовлеченность создает определенную доверительность как зрителей в студии, так и у экранов телевизоров, убеждает их в возможности принять участие в серьезном проекте, высказать свое мнение на всю страну, повлиять на ход событий на телеэкране.

3. Склонность к преуменьшению серьезности вопроса: «*Now this is a nurse talking about Muammar Gaddafi to Newsweek Magazine!*» («Теперь у нас медсестры рассказывают журналу Newsweek о Муаммаре Каддафи!») («Late Show with David Letterman» от 13 апреля 2011 г.); «*То есть ночью тук-тук в двери: "Это милиция, откройте, мы выяснили, что у вас есть незадекларированные доходы..."*» («Вечер с Владимиром Соловьевым» от 29 марта 2015 г.).

Ток-шоу настолько динамично, настолько быстро разворачиваются его события, что зачастую зрителям бывает трудно сконцентрироваться на обсуждаемой проблеме и в конечном итоге они примыкают к одному (чаще всего к тому, что продвигается) из двух мнений, пребывая в полной уверенности, что это их собственное мнение, либо это мнение полностью совпадает с их.

4. Нагнетание драматизма: «*There's no official government shutdown, but according to Alec, you wouldn't notice any difference in the Senate*» («Официально, правительство продолжает работать. Однако, по словам Алека, в случае чего разницы в Сенате мы не заметим») («Late Show with David Letterman» от 11 апреля 2011 г.); «*Кто-нибудь может мне объяснить: минские соглашения, там что, 98 страниц для каждого своя? Ну что, нет какого-то единого текста, чтобы раз прочитать и всем следовать?*» («Вечер с Владимиром Соловьевым» от 17 марта 2015 г.).

Эта черта, на наш взгляд, лучше всего характеризует максимализм и субъективизм суждений, высказываемых в ходе ток-шоу. Как уже было сказано выше, формат ток-шоу не подразумевает времени на размышление для зрителей, поэтому любое утверждение, вызывающее к эмоциям, найдет живой отклик среди зрителей и, скорее всего, они к нему присоединятся.

5. Сочетание а) подготовленной: «*24/7 you can also go onto ladygaga.com if you are not going to the Monster Ball and buy any merchandise on the web-site!*» («Если вы не идете на «Monster Ball», то можете зайти на сайт ladygaga.com в любое время дня и ночи и приобрести все сопутствующие товары»); и б) импровизированной речи: «*You were eating fried chicken already this morning? – Mmm... Yes... I... I was... I mean... But it was so, I kinda... Mmm... I always have, you know, very tiring weeks in terms of, you know, my physical schedule...*» («Вы уже с утра съели жареного цыпленка? – Ммм... Да... Я... Я... Я имею в виду... Но это было так, что я типа... Ммм... У меня всегда, вы знаете, очень изматывающая неделя в

плане, знаете, физическом...») («The Oprah Winfrey Show» от 15 января 2010 г.).

По причине того, что ведущий программы несет прямую ответственность за рейтинг ток-шоу, в обязанности ведущего вменяется всегда быть как минимум на один шаг впереди остальных участников, в первую очередь, приглашенных гостей. Этого удастся достичь в том числе за счет однонаправленной коммуникации с режиссером трансляции или даже рядом других работников телеканала или радиовещательной компании. В связи с этим вероятность, что что-то пойдет не так во время ток-шоу (политическая игра, непредвиденные и неожиданные вопросы и так далее), крайне мала.

Необходимо отметить, что интенциональных особенностей дискурса ток-шоу, которые были бы присущи ток-шоу только Соединенных Штатов Америки или Российской Федерации, соответственно, выявлено не было. Различие заключается в выраженности тех или иных особенностей либо их нюансах. Так, российские ток-шоу в гораздо меньшей степени взаимодействуют с телезрителями, в частности, посредством звонков в студию или сообщений в социальных сетях.

Помимо этого, российские ток-шоу в целом отличаются большей серьезностью и аналитичностью, что обуславливает более высокий уровень образовательной, ораторской и прочей подготовки их участников, в связи с чем разница между импровизацией и подготовленностью речи во многих случаях нивелируется.

Анализ лингвостилистических особенностей дискурса ток-шоу позволяет отграничить его как от полностью импровизационных жанров дискурса, так и от полностью подготовленных. Лингвистические признаки, необходимые для создания телевизионной модели жанра ток-шоу, выявляются на основе анализа особенностей функционирования устно-разговорных явлений на лексико-фразеологическом и синтаксическом языковых уровнях с позиций лингвостилистики.

Разговорная лексика и фразеология в ток-шоу Российской Федерации используется практически в два раза чаще, чем в ток-шоу Соединенных Штатов Америки (15,7% и 8,61%, соответственно), при этом наблюдается использование официально-деловой лексики. Помимо этого, значимая разница была обнаружена в распределении элементов разговорного пласта: более половины разговорной лексики в американских ток-шоу составляют наречия, наречные обороты (36,11%) («*They are going to keep me around for a while*» («На какое-то время они меня оставят»)) («Larry King Now» от 06 октября 2014 г.) и устойчивые словосочетания (25,14%) («*I'll tell you, what you do, if you're trying to pass the bar, stop, turn around, go back in the bar have a shot of tequila*» («Я вам скажу, что делать, если вы собираетесь получить доступ к практике юридической деятельности – развернитесь, вернитесь в бар и выпейте рюмку текилы»)) («The Ellen DeGeneres Show» от 10 апреля 2015 г.)), а в российских – частицы (34,23%) («Тем более, мы

Наполеона громим, там, эээ, Фридриха, эээ, и, эээ, Гитлера, и последние семьдесят лет – это вот по ошибке Горбачев взял – вывел войска» («Вечер с Владимиром Соловьевым» от 12 марта 2015 г.) (лишь единичные примеры в ток-шоу США) и существительные (18,02%) («Я не знаю, сколько там продолжается вся их катавасия» («Вечерний Ургант» от 02 октября 2015 г.)).

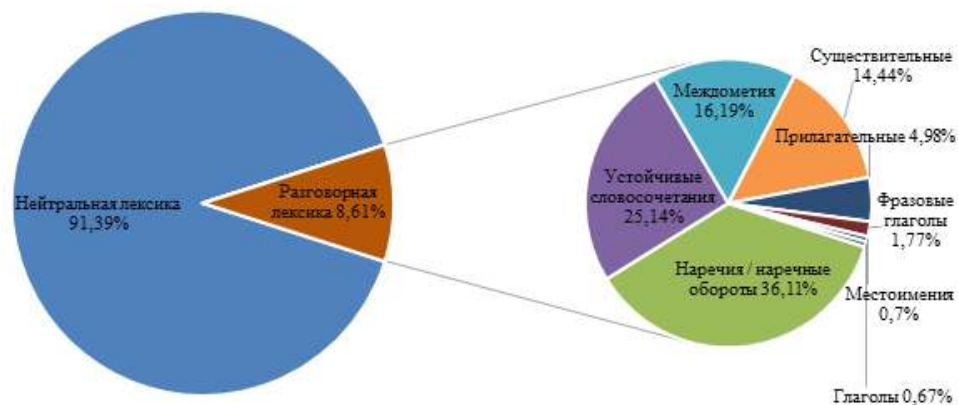


Диаграмма 1. Пласты лексики и фразеологии в американских ток-шоу

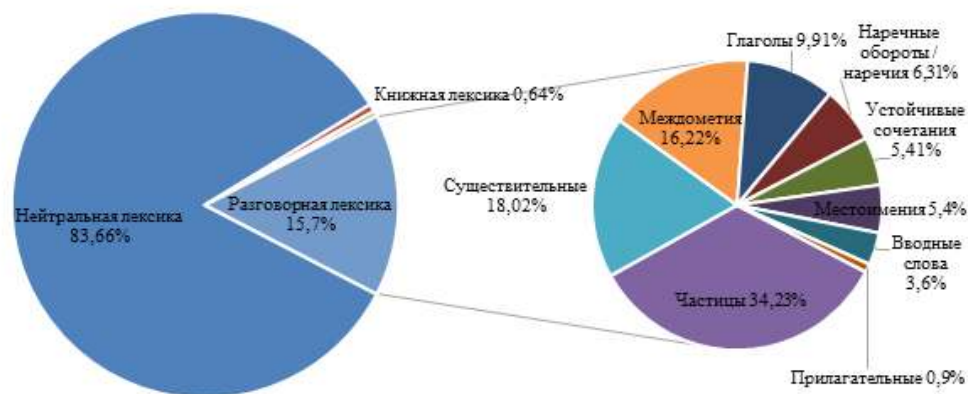


Диаграмма 2. Пласты лексики и фразеологии в российских ток-шоу

Исходя из полученных данных, можно сделать вывод о том, что американцы и россияне используют разговорную лексику в разных целях: первые употребляют ее для описания своего мнения об обсуждаемой проблеме, последние – для выражения субъективных чувств.

Помимо этого, на морфологическом уровне в дискурсе американских ток-шоу особо выделяется десемантизация нецензурных слов и выражений. В основном это касается слова «fuck», употребляемого в качестве глагола,

глагольных форм, междометия, существительного (и его производных, например, «motherfucker») и фразового глагола («fuck off», «fuck about» и так далее): «*Motherfucker needs to learn the bro code*» («Этому е***ну следует выучить братский кодекс») («The Jerry Springer Show» от 30 сентября 2010 г.); «*What the fuck is wrong with you?*» («Да что с тобой не так?») («Late Show with David Letterman» от 04 октября 2010 г.); «*I'm sorry. I'm just so completely fucked off with myself*» («Простите. Я просто сам себя уже заколебал дальше некуда») («The Oprah Winfrey Show» от 05 мая 2003 г.).

Процесс десемантизации нецензурных слов в английском языке начался в 1960-х гг.; они открыто употребляются в телепередачах в связи с тем, что более не несут той вульгарной денотации, которую имели раньше. По нашему мнению, употребление обценной лексики призвано минимизировать дистанцию между собеседниками, то есть выступает в качестве своеобразного маркера внутригрупповой принадлежности. Оно также может быть вызвано попыткой эмоционально разнообразить речь в отсутствие суффиксальных выразительных средств. В то же время коннотации таких лексических единиц остаются пейоративными, вследствие чего использование данных слов в ток-шоу высокого уровня («Larry King Now», «Meet the Press») практически исключено.

На морфологическом уровне российских ток-шоу по сравнению с американскими ток-шоу особо выделяется наличие литературной лексики. Несмотря на то, что большая часть такой лексики была выявлена в высококультурном ток-шоу «Культурная революция» («*Я не знаю, входит ли в обязанность учителя читать закон об образовании и вообще законы, но должен вам сказать, что если бы они, ммм, были обязаны их прочесть и прочли бы их, эээ, то убедились бы, что у нас хороший закон об образовании, который объясняет, зачем нужно образование, каким путем оно должно развиваться, что с ним п-... Что с ним должно происходить, эээ, что оно служит целям гуманизации, эээ, просвещения, воспитания гражданской ответственности, словом, еще раз повторю: когда читаешь закон об образовании, кажется, что ты живешь в светлом и прекрасном будущем*» [04 апреля 2015 г.]) и аналитическом ток-шоу «Вечер с Владимиром Соловьевым» («*У любого суверенного государства должна быть сильная армия*» [11 октября 2015 г.]), выражения, характерные для официально-деловой или публицистической речи, встречались и в других ток-шоу: «*Это – непреложное правило!*» («Пусть говорят» от 24 марта 2015 г.); «*Пожалуйста, я жду обличения, пожалуйста*» («Вечерний Ургант» от 01 апреля 2015 г.). Отдельно следует отметить употребление неологизмов, что в подавляющем большинстве случаев указывает на высокую образованность и интеллигентность участников коммуникации: «*Происходит такая цифровизация общества*» («Культурная революция» от 16 апреля 2015 г.).

Согласно нашему наблюдению, подобная лексика во многих случаях либо является в достаточной степени общеупотребительной в формате

обсуждаемой темы, например, «антиолигархический» и «местное самоуправление» в разговоре о ситуации в Украине, либо используется с ироническим подтекстом, например, «обличение» в разговоре о людях, способствовавших карьере Константина Эрнста на телевидении в эфире ток-шоу «Вечерний Ургант» от 01 апреля 2015 г.

Что касается разговорных синтаксических конструкций, то в ток-шоу Российской Федерации они используются практически в два раза реже, чем в ток-шоу Соединенных Штатов Америки (31% и 53%, соответственно), при этом также наблюдается меньшее разнообразие значимых синтаксических приемов. Несмотря на то, что типы синтаксических средств передачи эмоциональной информации в целом совпадают в дискурсе ток-шоу обеих стран, частотность их употребления различна. Так, хотя средства избыточности и экономии в дискурсе как российских, так и американских ток-шоу, занимают первое и второе место среди способов синтаксического выражения разговорности, соответственно, избыточность в речи американцев наблюдается приблизительно в полтора раза чаще, чем в речи россиян (65,6% и 42,11%, соответственно), а экономия – в полтора раза реже (16,4% и 26,32%, соответственно), что позволяет нам говорить о значительно меньшем сдвиге речи россиян в сторону средств избыточности или экономии.

В обоих сопоставляемых дискурсах наиболее частым случаем избыточности языковых средств являются повторы (лексические, а также фразовые и анафорические), встречающиеся в 36,34% и 36,84% разговорных конструкций в американском и российском дискурсах ток-шоу, соответственно, экономии – эллипсис (10,59% и 26,32%, соответственно).

Таблица № 1

Примеры наиболее частых средств выражения избыточности.

	Американские ток-шоу	Российские ток-шоу
Повторы	« <i>This is what I'm for. This is what we're going to do</i> » («Именно это я и делаю. Именно это мы и собираемся сделать») («Meet the Press» от 09 августа 2015 г.)	«Европейцы, мы вам сообщаем: <u>не надо</u> вот этих шапней там с Путиным, <u>не надо</u> , потому что война продолжается, и мы ее ведем вашими руками, и такова ваша функция в современном мире» («Вечер с Владимиром Соловьевым» от 05 марта 2015 г.)
Эллипсис	« <i>So where that come from?</i> » («Так откуда эти слухи?») (пропущен вспомогательный глагол «does»; «The Oprah Winfrey Show» от 04 февраля 2002 г.)	«В общем, единственный совет, который мы можем дать зрителям программы, что весна – будьте осторожней» (отсутствуют предикат и союз «поэтому»; «Пусть говорят» от 19 марта 2015 г.)

Следовательно, американцы и россияне используют синтаксические разговорные средства в схожих целях и в схожих ситуациях. Ряд отличий, в частности, инверсия в дискурсе ток-шоу Российской Федерации, и значащее отсутствие артикля в дискурсе ток-шоу Соединенных Штатов Америки, имеют сугубо языковые корни. В целом, основная разница между дискурсом американских и российских ток-шоу заключается лишь в частоте употребления синтаксических разговорных конструкций в целом, а не использовании конкретных приемов.

В разделе 2.3 «Анализ типичных стратегий вежливости в сопоставляемых дискурсах» рассматриваются стратегии вежливости, типичные для американского и российского дискурсов ток-шоу.

Позитивная вежливость преобладает в дискурсе как российских, так и американских ток-шоу, при этом если для россиян преимущественное употребление стратегий сближения естественно и не выходит за рамки привычного при участии в ток-шоу, то американцам приходится перестраиваться с негативной вежливости на вежливость позитивную (Григорьева 2009, Словарь терминов межкультурной коммуникации 2013: 53), что приводит к значимо менее частому употреблению стратегий позитивной вежливости в ток-шоу Соединенных Штатов Америки – лишь в половине речевых актов (50,92%); россияне применяют стратегии сближения в семи речевых актах из десяти (67,79%).

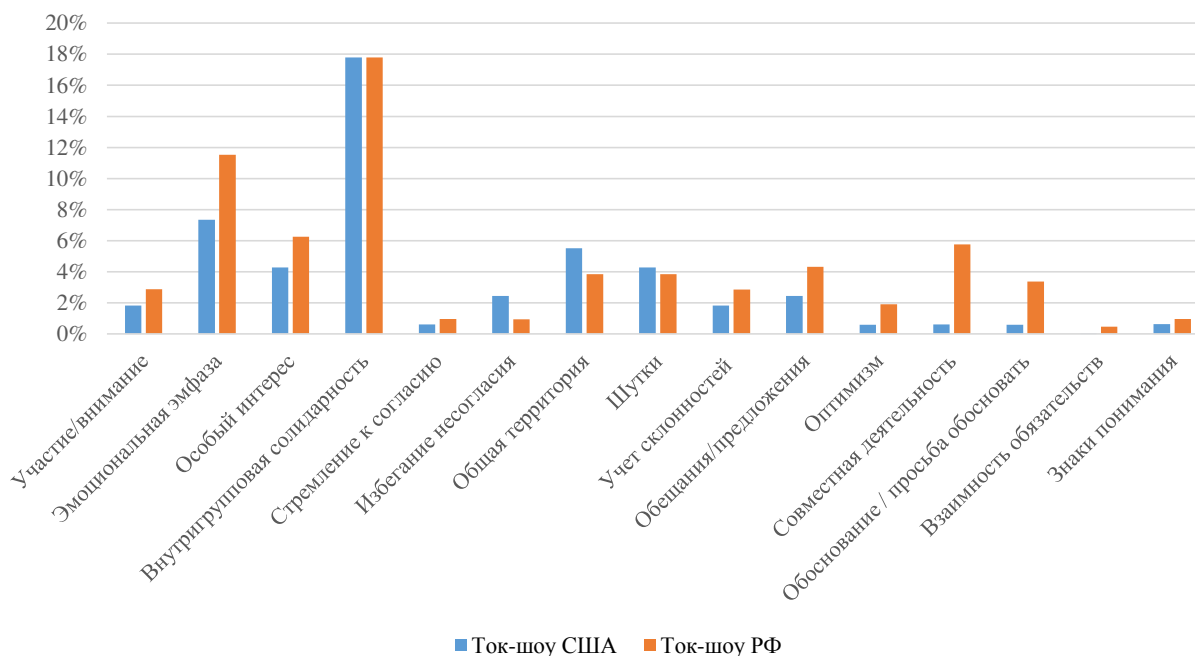


Диаграмма 3. Частота употребления стратегий позитивной вежливости в дискурсе ток-шоу США и РФ

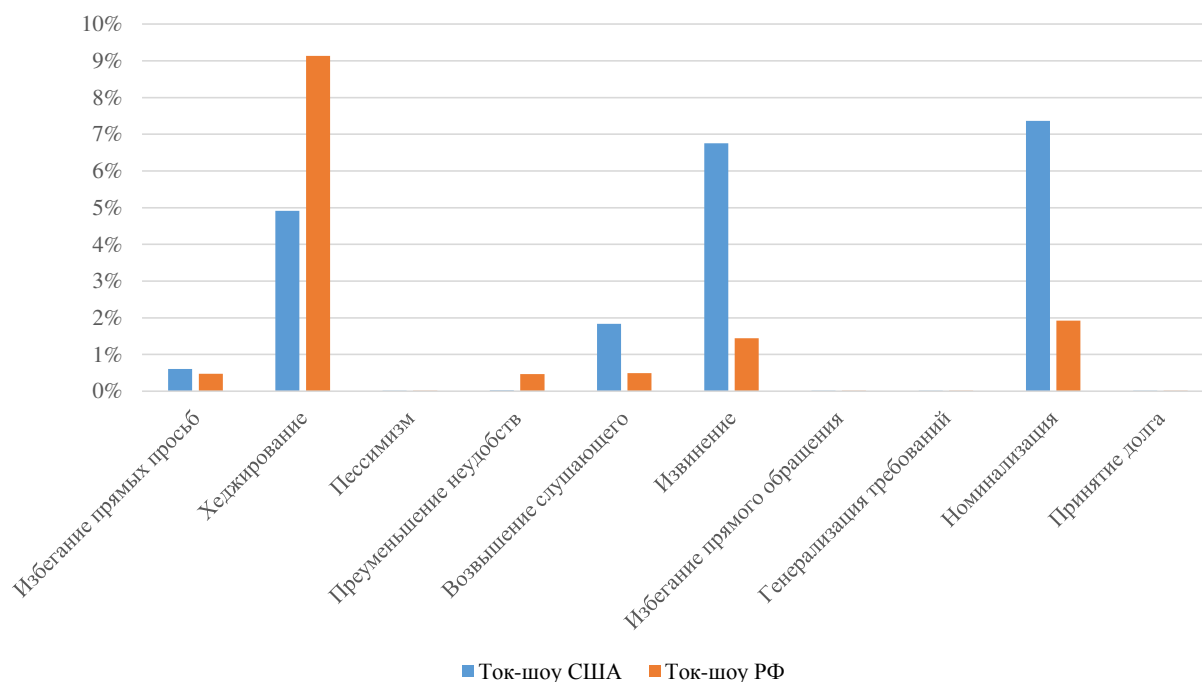


Диаграмма 4. Частота употребления стратегий негативной вежливости в дискурсе ток-шоу США и РФ

Согласно проведенному исследованию, две наиболее часто употребляемые стратегии позитивной вежливости в ток-шоу Соединенных Штатов Америки и Российской Федерации – использование маркеров внутригрупповой солидарности (в 17,79% речевых актов в обоих дискурсах) и эмоциональная эмфаза (7,36% и 11,54%, соответственно) – совпадают.

Таблица № 2

Примеры наиболее часто употребляемых стратегий вежливости.

	Американские ток-шоу	Российские ток-шоу
Использование маркеров внутригрупповой солидарности	« <i>Before the show, Harry wanted me to introduce his buddy Tommy Roboto</i> » («Перед началом шоу Гарри хотел, чтобы я представил его друга Томми Робото») («Late Show with David Letterman» от 20 мая 2015 г.)	«А вы хотите, чтобы взрывы в Москве вернулись к нам? <u>Наших домов?</u> » («Вечер с Владимиром Соловьевым» от 20 сентября 2015 г.)
Эмоциональная эмфаза	« <i>From the outside, this is <u>obviously a horrible decision</u>, but you can see why young girls fall for it</i> » («Со стороны, сводник – ужаснейшая мерзость;	« <i>Вот не кажется ли вам, господин посол, что Запад, <u>на самом деле, никогда не доверял России, и Россия никогда особенно не доверяла</u></i>

	<p><i>однако причина, по которой девушки работают со сводниками, очевидна») («The Jerry Springer Show» от 04 мая 2011 г.)</i></p>	<p><i>Западу, что вообще это недоверие имеет давние корни, иногда становилось меньше, иногда больше, но <u>всегда</u> оно было» («Познер» от 14 сентября 2015 г.)</i></p>
--	---	---

Эмоциональная эмфаза встречается в дискурсе российских ток-шоу практически в два раза чаще, чем в дискурсе американских ток-шоу, тогда как маркеры внутригрупповой солидарности употребляются одинаково часто в сопоставляемых дискурсах, что указывает на более эмоциональный характер речи россиян. Частота использования большинства отдельных стратегий вежливости различается существенно, что говорит о принципиально разном понимании вежливого поведения в российской и американской лингвокультурах. Например, наиболее употребляемой стратегией дистанцирования в российском дискурсе ток-шоу является хеджирование (9,13%): *«Нет, вряд ли является. Но, мне кажется, все, все для себя выводы из этой страшной истории сделали, в том числе и родные люди, и все мы, наверное, каждый из нас во всех этих историях узнал, в каком-то смысле, себя, своих родных, своих соседей, и это какая-то на самом деле общая болезнь равнодушия» («Прямой эфир» от 02 апреля 2015 г.)*. Хеджирование в ток-шоу РФ применяется в большем количестве речевых актов, чем любая стратегия негативной вежливости в американском дискурсе ток-шоу, включая номинализацию и извинение, встречающиеся в 7,36% (*«What's wrong with everyone around this town?» («Что не так со всеми в этом городе?») («Late Show with David Letterman» от 28 октября 2014 г.)*) и 6,75% (*«I'm gonna try to get through this. Forgive me if I don't... I'm a mama's boy» («Я постараюсь пережить это. Простите, если у меня не получится... Я – сын своей мамы» («The Ellen DeGeneres Show» от 25 ноября 2014 г.)*) случаев, соответственно, но при этом стратегии дистанцирования в целом в ток-шоу США употребляются значительно чаще – в 21,47% речевых актов (в российских ток-шоу – в 13,94% случаев).

Расхождения в частоте случаев выражения участия к нуждам партнера по коммуникации (в полтора раза), проявления к нему особого интереса (в полтора раза), учета его склонностей и желаний (в полтора раза), обещаний и предложений (почти в два раза), включения партнера по коммуникации в совместную деятельность (в девять раз) и обоснования своих действий (или просьб обосновать действия партнера по коммуникации; в шесть раз) подчеркивают коллективистский характер российской культуры. Внимания также достойна разница в частоте случаев избегания несогласия (данная стратегия в два с половиной раза чаще используется в ток-шоу США) и выражения оптимизма (в три раза чаще используется в российских ток-шоу).

Важно отметить, что употребление вежливых конструкций в речи россиян наблюдалось существенно чаще, чем в речи американцев (82% и 72%, соответственно).

Несмотря на одинаковую композиционную структуру и интенциональные особенности сопоставляемых дискурсов ток-шоу, их участники достигают своих целей посредством культурно обусловленных стратегий вежливости, морфологических и синтаксических приемов.

В заключении настоящей диссертации подводятся итоги и рассматриваются основные результаты проделанной работы, излагаются перспективы, по которым возможно проведение дальнейших исследований в данном направлении.

Содержание диссертации отражено автором в следующих публикациях:

Публикации в ведущих рецензируемых журналах:

1. Салихов, А. Ю. Пути влияния ток-шоу на формирование мировоззрения [Текст] / А. Ю. Салихов // Вестник Челябинского государственного университета, Филология. Искусствоведение. – 2013. – Вып. 81. – № 22 (313). – С. 124-131.

2. Салихов, А. Ю. Коммуникативно-прагматические особенности дискурса ток-шоу на примере телепередач США [Текст] / А. Ю. Салихов // Вестник Челябинского Государственного Университета, Филология. Искусствоведение. – 2014. – Вып. 88. – № 6 (335). – С. 78-81.

3. Салихов, А. Ю. Коммуникативно-прагматические особенности дискурса американских ток-шоу [Текст] / А. Ю. Салихов // Когнитивные исследования языка. – 2014. – Вып. XVIII : Язык, познание, культура : методология когнитивных исследований : материалы Международного конгресса по когнитивной лингвистике. 22 мая 2014 г. – С. 660-662.

Прочие публикации:

4. Салихов, А. Ю. Различия дискурса ток шоу в российской и американской культурах [Текст] / А. Ю. Салихов // Актуальные проблемы филологии : Материалы международной научно-практической конференции молодых ученых. Екатеринбург, 18 апреля 2013 / Урал. гос. пед. ун-т. – 2013. – С. 249-252.

5. Салихов, А. Ю. Категория дискурс в современной лингвистике [Текст] / А. Ю. Салихов // Studium Juvenis : Межвузовский сборник трудов молодых ученых. – 2013. – Вып. 6. – С. 149-153.

6. Салихов, А. Ю. Понятие коммуникативной стратегии [Текст] / А. Ю. Салихов // Вестник науки и образования. – 2014. – № 1. – С. 34-38.

7. Салихов, А. Ю. Ценности дискурса ток-шоу [Текст] / А. Ю. Салихов // Дискурс как социальная деятельность : приоритеты и перспективы : Материалы второй международной научной конференции, Москва, 16-17 октября 2014 года. Часть II. – 2014. – С. 131-133.

8. Салихов, А. Ю. Типология дискурса. Дискурс ток шоу [Текст] / А. Ю. Салихов // Lingua Mobilis. – 2014. – № 5 (51). – С. 44-53.

9. Salikhov, A. Talk shows in respect of popular culture manipulation [Text] / A. Salikhov // Intellectual and moral values of the modern society. 2nd edition : research articles. – 2014. – P. 70-74.

10. Салихов, А. Ю. Лингвостилистические особенности дискурса ток-шоу США [Текст] / А. Ю. Салихов // Межкультурная ↔ интракультурная коммуникация : теория и практика обучения и перевода : материалы III международной научно-методической конференции (г. Уфа, 17-18 декабря 2014 г.), Т. II. – 2014. – С. 164-170.

Подписано в печать 21.12.15
Формат 60x84 1/16. Бумага офсетная.
Гарнитура Таймс. Печать офсетная.
Усл. печ. л. 1,8. Уч.-изд. л. 1,8.
Тираж 110 экз. Заказ 992
Цена договорная

Типография «Два комсомольца»
454084 Челябинск, Комсомольский пр., 2

