

ОТРАЖЕНИЕ КУЛЬТУРНЫХ ЦЕННОСТЕЙ В КОНЦЕПТЕ «AMERICAN BEING» В ЖАНРЕ ТОК-ШОУ

СУНАГАТУЛЛИНА Гузель Халилевна

ассистент кафедры английского языка и профессиональной коммуникации

ШИЛИНА Алла Владимировна

ассистент кафедры английского языка и профессиональной коммуникации
ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный лингвистический университет
им. Н.А. Добролюбова»
г. Нижний Новгород, Россия

Данная статья посвящена исследованию концепта «American Being» в жанре ток-шоу. Авторы рассматривают различные форматы данного жанра и анализируют отражение изучаемого концепта через ключевые культурные ценности в речи участников популярных ток-шоу.

Ключевые слова: концепт, ток-шоу, культурные ценности, дискурс, жанр.

Будучи одним из наиболее популярных на сегодняшний день телевизионных жанров, ток-шоу представляет особый интерес для широкого спектра научных исследований. Ток-шоу можно определить как телепрограмму, в ходе которой ведущий беседует с приглашенным гостем (или гостями) и зрителями на актуальные темы.

Ток-шоу, являясь продуктом американского телевидения, имеет довольно долгую историю. Первые ток-шоу появились еще в 50-ые гг. XX в. Одним из пионеров данного жанра можно по праву считать вечернее развлекательное ток-шоу Tonight (известное сегодня как The Tonight Show Starring Jimmy Fallon), транслируемое с 1954 г. Само слово ток-шоу (англ. talk show) происходит от двух английских слов «talk» – «говорить» и «show» – «показ», «зрелище». Таким образом, название данного жанра подчеркивает, что для ток-шоу важна не только разговорная составляющая, но и развлекательная. Ни для кого не секрет, что зрелища всегда привлекали людей и пользовались особой популярностью. Принято выделять три основных поджанра ток-шоу: утренние новостные тележурналы (The Early-Morning News Talk Magazine Show), дневные программы с участием зрителей (The Daytime Audience-Participation Show) и вечерние развлекательные ток-шоу (The Late-Night Entertainment Talk Show).

Согласно Корнелии Или, ток-шоу пред-

ставляет собой смешанный тип медиа дискурса, что создает некие трудности в определении сугубо лингвистических характеристик данного жанра. Так, автор выделяет дискурсивные и лингвистические особенности ток-шоу как полуинституционального дискурса, а также описывает их взаимосвязь. По мнению К. Или ток-шоу – это контролируемое телеведущим речевое событие, содержание которого формируется его участниками и оценивается зрителями. Институциональные особенности ток-шоу выражаются в его ситуационных и дискурсивных ограничениях. К ситуационным ограничениям можно отнести временные рамки, тему выпуска, выбор гостей и порядок появления тех или иных участников на шоу. К дискурсивным ограничениям, как правило, относят структурную шаблонность разговора (предварительно оговоренную тему беседы), конвенциональное, клишированное начало беседы и ее завершение, а также периодические перерывы (в телевещании – на рекламу). Полуинституциональность данного жанра выражается в возможности участников ток-шоу относительно свободно менять темы и подтемы беседы, спонтанных репликах и непровольных реакция, а также в высказываниях, ориентированных именно на зрителя [6].

Таким образом, ток-шоу сочетает в себе черты как неинституционального дискурса – повседневной беседы, так и черты институ-

ционального дискурса вроде дебатов или новостей. Степень проявления тех или иных особенностей зависит от поджанра ток-шоу, приглашенных гостей, ведущего, зрителей и тех целей, которые оно перед собой ставит.

Поскольку родиной жанра ток-шоу являются Соединенные Штаты Америки, представляется логичным рассмотрение данного жанра в контексте американской культуры. Так, для данного исследования особый интерес представляет актуализация концепта «American Being» в жанре ток-шоу.

В современном языкознании существует несколько подходов в изучении концептов, среди которых выделить когнитивный (Е.С. Кубрякова, Н.Н. Болдырев), когнитивно-дискурсивный (Е.И. Шейгал, Ю.Н. Караулов) и лингвокультурологический (В.А. Маслова, Г.Г. Слышкин, В.И. Карасик и др.). Соответственно, понимание «концепта» как такового разнится в зависимости от направления, в рамках которого проводится исследование.

Е.С. Кубрякова считает, что концепт есть «единица ментальных или психических ресурсов нашего сознания и той информационной структуры, которая отражает знание и опыт человека; оперативная содержательная единица памяти, ментального лексикона, концептуальной системы и языка мозга, всей картины мира, отраженной в человеческой психике» [3, с. 90]. По определению Г.Г. Слышкина, лингвокультурный концепт является комплексной ментальной единицей, которая формируется «в результате редукции фрагмента познаваемого мира до пределов человеческой памяти, включения данного фрагмента в контекст культуры и его воплощения в вербальных единицах, необходимых для удовлетворения коммуникативных потребностей членов социума» [4, с. 8].

Как отмечается многими исследователями, концепт есть «многослойное» явление. Согласно Н.Ю. Видинеевой и И.О. Скворцовой, «смысловые слои любого концепта могут быть выявлены только через анализ языковых средств его актуализации – лексических и грамматических» [1, с. 70]. Актуализацию культурного концепта авторы рассматривают как «способ оформления его внутренней сущности во всякого рода тек-

стовых единицах и дискурсах, как вербальных, так и невербальных. Вербализация концепта, то есть его языковое оформление, рассматривается <...> как одна из важнейших форм актуализации» [1, с. 70].

Важно обратить внимание на то, что многие исследователи выделяют несколько теорий о способах актуализации концепта. Сюда относят системно-языковую, ассоциативно-вербальную и культурно-семиотическую теории. Подробно о каждой из них в своих работах писали Ю.Г. Бобкова, Н.Ю. Видеева и И.О. Скворцова, Г.Г. Слышкин и др. Следует подчеркнуть, что данные теории не являются взаимоисключающими и, как правило, не рассматриваются изолированно. Напротив, перечисленные выше теории призваны взаимодополнять друг друга.

При первом же упоминании США, у людей, как правило, возникают ассоциации с типичными символами американской культуры – американский флаг, Голливуд, Белый Дом, статуя Свободы и т. д. Концепт «American Being» представляет собой концепт, в котором находят отражение ключевые ценности американского общества. Ценности изучаются в разнообразных отраслях научного знания – от философии и психологии, до лингвистики, культурологии и др. В зависимости от сферы своей деятельности ученые по-разному определяют понятие ценностей. Обратимся к лингвистическому определению, которое было дано И.А. Стерниним. Согласно ученому, ценности – это «социальные, социально-психологические идеи и взгляды, разделяемые народом и наследуемые каждым новым поколением. Ценности – это то, что как бы априори оценивается этническим коллективом как нечто такое, что «хорошо» и «правильно», является образцом для подражания и воспитания» [5, с. 108]. Очевидно, что ценности появляются и формируются под влиянием исторических процессов и событий. Так, развитие ключевых для американского общества ценностей связано, прежде всего, с историческим становлением США как страны, с иммиграцией людей на Новый свет в поисках лучшей жизни. Вместе с тем, по справедливому замечанию Г.Ф. Ивановой, «ценностные ориентации не являются

чем-то раз и навсегда установленным, они подвергаются изменениям в соответствии с изменениями в культуре» [2, с. 184].

Проблема определения базовых американских ценностей находится в центре многих отечественных и зарубежных исследований. Несмотря на то, что можно выделить сходный ряд ценностей, определяемый исследователями, нет единственно верного набора ценностей американского общества, поскольку в разные эпохи в обществе превалируют разные ценности. Однако, проанализировав исследования ряда ученых и найдя определенные точки соприкосновения в их работах, в рамках данной статьи было принято решение проанализировать актуализацию концепта «American Being» в таких ценностях, как «равенство», «оптимизм» и «успех».

Одним из наиболее релевантных признаков в структуре концепта «American Being» является *друг* ('bud', 'bro', 'dude', 'pal'). При установлении контакта американцы стараются как можно быстрее расположить к себе собеседника. Общаясь, собеседники используют неформальные обращения, показывая дружеское отношение к собеседнику и размывая социальную стратификацию, тем самым подчеркивая, что они равны. Следует отметить, что общение в рамках ток-шоу остается непринужденным вне зависимости от того, кем является собеседник или какова тема разговора. Так, ведущий может вести беседу как с музыкантом, так и с политическим обозревателем, используя в равной степени неформальные обращения.

1) – Good to see you, Jimmy.

– We've known each other for a long time.

– **Yeah, man.** I've been your **supporter** since day one.

– **I love you, bud.**

– Yeah.

2) – That's a good question.

– It's what I do, **baby.**

3) – No offense, **bro.**

Использование разговорной лексики и слэнга также позволяет сократить коммуникативную дистанцию и сделать общение как можно более непринужденным.

1) – We're **hanging out with our good pal**, Matthew McConaughey, who stars in the new film «Sing 2»

2) – And I **chickened out**, and I didn't introduce myself. I remember I called my mom crying after. I was like, «This was my chance to meet Audra McDonald. I'm never going to meet her, and I don't know why I **chickened out**. And the moment's gone».

3) – We're **hanging out** with Reese Witherspoon who stars in 'Sing 2'.

Другим признаком, широко представленным в структуре концепта «American Being», является *оценка* ('fantastic', 'funny', 'beautiful', 'extraordinary', 'gorgeous', 'wonderful', 'great', 'phenomenal'). В описании окружающего мира американцы используют оценочную лексику, которая, как правило, фокусирует внимание зрителя на положительных аспектах обсуждаемых тем, часто преувеличивая масштаб того, о чем говорят, всегда стараясь с оптимизмом оценивать происходящее.

1) – **Dude**, that was **fantastic**.

2) – The film is **really funny, and really fun**, and really silly. <...> And **really beautiful**. The location is **extraordinary**.

3) That was a **great** movie. **Dude**, that was **fantastic**.

4) Isn't it fun to do a movie like that, like, a big animated movie that's just **gorgeous** and everyone loves?

5) James Gray is the director of this movie who is a **wonderful** director and I **just love him to bits**.

Очень часто во время беседы говорят об успехе, Американской мечте, о классической истории успеха. Каждый американец может достигнуть успеха и исполнить свою американскую мечту, если будет усердно работать.

1) It's **phenomenal**, it's **fantastic** to see **where you came from** and **where you ended up**. It's just a great **American story**.

Упоминание успеха в карьере, больших амбиций не только не порицается, но является желательным, показывая вовлеченность, проактивность, энергичную заинтересованность в становлении профессионалом на выбранном пути.

1) – «Oh, this is a young **dude** doing his thing, you know?»

– And you go and you go «Great. I'm making this money. I'm saving up so I can get studio time».

– Yeah.

– So I can eventually become Kid Cudi. **Grammy winner.**

Таким образом, анализ ключевых ценностей «равенство», «оптимизм», «успех» показал, что они неразрывно связаны между собой. Исследование также позволило выявить характер концепта «American being».

Во-первых, равенство определяется как возможность любого человека достичь своей мечты и добиться успеха, независимо от происхождения. Это жизнеутверждающая установка, которая, однако, игнорирует имеющиеся в обществе системные проблемы, которые препятствуют достижению успеха для многих.

Во-вторых, само значение слова «успех» напрямую связано с материальным достатком и публичной славой. Сфокусированность на личных достижениях отражает индивидуалистический характер общества, где помимо

ярких взлетов существует острая конкуренция, вызывающая чувство неуверенности у тех, кто не смог стать «успешным».

В-третьих, оптимизм понимается как средство преодоления жизненных трудностей, способность улыбаться даже в трудные времена. Это подчеркивает устойчивую веру в силу воли и стремление к самосовершенствованию. Следует однако отметить, что в некоторых случаях убеждение, что «все обязательно будет хорошо» может привести к игнорированию реальных проблем, с которыми сталкиваются люди.

В целом, американские ток-шоу отражают идеалы американского общества, демонстрируя как его сильные, так и слабые стороны. Дальнейшее изучение концептов в контексте ток-шоу поможет глубже понять влияние культуры на общество.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Видинева Н.Ю., Скворцова И.О. О способах актуализации концептов // Символ науки. – 2016. – №10-3. – С. 69-72.
2. Иванова Г.Ф. Ценности в культуре и языке // Система ценностей современного общества. – 2010. – №10-1. – С. 182-186.
3. Краткий словарь когнитивных терминов / под ред. Е. Кубряковой – М.: Филол. ф-т МГУ им. М.В. Ломоносова, 1996. – 245 с.
4. Слышкин Г.Г. Лингвокультурные концепты и метаконцепты: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. – Волгоград, 2004. – 44 с.
5. Стернин, И.А. Коммуникативное поведение в структуре национальной культуры // Этнокультурная специфика языкового сознания – Москва: Издательство «Эйдос», 1996. – С. 98-112.
6. Ilie C. Talk Shows. In: Keith Brown, (Editor-in-Chief) Encyclopedia of Language & Linguistics, Second Edition, volume 12, 2006. – P. 489-494.

THE REFLECTION OF CULTURAL VALUES IN THE CONCEPT OF «AMERICAN BEING» IN THE GENRE OF TALK SHOW

SUNAGATULLINA Guzel Khalilevna

Assistant Lecturer of the Chair for the English Language and Professional Communication

SHILINA Alla Vladimirovna

Assistant Lecturer of the Chair for the English Language and Professional Communication

N.A. Dobrolyubov Linguistics University of Nizhny Novgorod

Nizhny Novgorod, Russia

This article is devoted to the study of the concept of «American Being» in the genre of talk show. The authors consider various formats of this genre and analyze the reflection of the studied concept through the key cultural values in the speech of participants of popular talk shows.

Keywords: concept, talk show, cultural values, discourse, genre.