
ЭТИКЕТНАЯ РАМКА РУССКИХ И АНГЛИЙСКИХ ТОК-ШОУ

С.А. Рисинзон

Кафедра культурологии
Саратовский государственный технический университет
ул. Политехническая, 77, Саратов, Россия, 410054

Выбор этикетных тактик, используемых ведущими в этикетной рамке русских и английских ток-шоу, обусловлен характером коммуникативной ситуации и типом речи. Для обозначения ситуации общения и ролевых отношений с адресатами, проявления к ним внимания ведущий употребляет специализированные, ритуализованные средства. Для убеждения более характерны неспециализированные риторические этикетные тактики.

В связи с динамичным развитием телевидения, появлением новых телевизионных каналов часто телевизионную речь по длительности воспринимают не меньше, чем семейную и профессиональную. Эффект общения, направленности телевизионной речи на зрителей во многом создается средствами речевого этикета (РЭ). Если обобщить многочисленные функции речевого этикета, то его основным назначением можно считать установление, регулирование ролевых и межличностных отношений коммуникантов, а также поддержание позитивной тональности общения и соответствие конвенциональным нормам речевого поведения. Поток этикетной информации в речи практически непрерывен, поэтому понимание речевого этикета не должно, с нашей точки зрения, ограничиваться *специализированными* этикетными единицами [1. С. 81], для которых этикетная роль основная, они используются в стереотипных коммуникативных ситуациях, многие из них фразеологизированы и ритуализованы. Но регулирующая функция РЭ выполняется и *неспециализированными* этикетными тактиками — речевыми средствами, имеющими вторичные этикетные функции.

В данной статье рассматривается функционирование в этикетной рамке [5. С. 417] русских и английских телевизионных ток-шоу специализированных и неспециализированных этикетных средств. Мы исходим из широкого значения *ток-шоу*, обозначающего «любую «разговорную» передачу, например беседу за круглым столом или даже простое интервью в студии, если его берет достаточно популярный, свободно ведущий себя журналист — «звезда» экрана или радиоэфира» [3. С. 199]. Наш материал исследования составляют вышедшие в эфир в 2007 году программы «Времена», «Малахов+» (Первый канал), «Воскресный вечер» (НТВ), «Что делать?», (Культура), «Белым по черному» (Россия), записанные автором, «The Doha Debates», «The Politics Show», «Andrew Marr Show», «BBC Breakfast with Frost», «Panorama» (BBC One), представленные на сайте канала.

Использование этикетных единиц определяется параметрами коммуникативной ситуации. В ток-шоу сочетается официальное (обстановка — телестудия, партнеры коммуникации — малознакомые люди, адресующие свою речь и незнакомым людям) с публицистическим (цель общения — воздействие посредством обсуждения), а также с публичным (аудитория в студии) и массовым (телезрители).

Этикетная рамка большинства ток-шоу имеет шаблонную модель начала и окончания передачи. Этикетные тактики, применяемые ведущим, имеют разную

степень конвенциональности, стереотипности и ритуализации. Ритуализованность специализированных единиц РЭ, воспроизводимых коммуникантами в определенных ситуациях общения в разных сферах речи, условно назовем универсальной. Если *ритуал* считать установленным порядком действий [4], то по отношению к этикетным тактикам он выражается в том числе в обмене ими. Универсальная ритуализованность этикетных средств со стороны зрителей и часто экспертов в ток-шоу нарушена — нет речевой реакции адресата. Речь, предназначенная ведущим только для телезрителей, внешне может быть диалогизована, а по сути она имеет монологический характер. Такую ритуализацию речевых действий можно назвать ситуативной. Кроме специализированных единиц РЭ с высокой степенью конвенциональности в этикетной рамке телевизионной беседы используются речевые средства, имеющие вторичные этикетные функции и ограниченные в своем употреблении.

Приветствия используются во всех сферах общения, различаясь по форме. В ток-шоу каждый ведущий реализует свое представление о коммуникативной ситуации. Несмотря на стандартизованность этикетной рамки, как показывает анализ, она значительно отличается в разных программах и у разных ведущих. У мэтра российской тележурналистики В. Познера начало общения в программе «Времена» наиболее насыщено этикетными знаками. В соответствии с коммуникативной ситуацией разговора малознакомых людей в телестудии он употребляет нейтральный вариант приветствия: *Добрый вечер*// («Времена»). Обычно этикетная формула приветствия специализирована для функционирования в одноименной ситуации общения, имеет высокую степень конвенциональности, она ритуализована. В программах «Времена» и «Воскресный вечер» инициальное приветствие предназначено, видимо, для телезрителей, поскольку эксперты ведущие приветствуют позже. Некоторые программы начинаются без приветствия (например «Малахов+»). Является ли это нарушением нормы? Существует ли конвенция телевизионного приветствия? Хотя речь ведущего предназначается незнакомым для него людям, но с этой речью он «приходит» к ним в дом, где приветствие телеведущего — ожидаемое речевое действие, выражающее уважение, доброжелательное отношение к адресату, стремление к взаимодействию с ним. Наблюдения за этикетной рамкой некоторых других программ, в том числе информационных, показало, что большинство ведущих использует приветствия («Время», «Вести», «24», «Вечер с Тиграном Кеосаяном» и др.). Следовательно, мы можем говорить о том, что приветствие зрителей — это конвенционально закреплённый специализированный компонент этикетной рамки телепрограммы, реализующий коммуникативные категории вежливости и официальности. Оно ситуативно ритуализовано. Но реализуется приветствие по-разному (*Здравствуйте*//; *Доброе утро*//; *Я приветствую всех, кто в эту минуту смотрит телеканал RTVi и слушает «Эхо Москвы»*//).

В этикетной рамке английской программы «Doha Debates» Т. Себастьян часто употребляет неформальное, теплое приветствие: *<...> a very good evening to you*//, но в других передачах встречается и нейтрально-официальный вариант: *Hello*//. В первом приветствии, на наш взгляд, больше воздействия, оно нестандартно,

эмоционально, привлекает внимание, второе — более стереотипное. Т. Себастьян часто сочетает приветствие с приветствием-приглашением, подчеркивая внимание, симпатию к адресатам, положительную тональность разговора. Учитывая неформальный вариант приветствия, такое сочетание усиливает эмоциональность речи. В других английских ток-шоу приветствие-приглашение иногда заменяет обычное приветствие: *Welcome to the Politics Show*. В связи с этим национальная специфичность английского приветствия в ток-шоу заключается в том, что эту функцию выполняет как высококонвенциональное средство, так и ситуативно ограниченная этикетная тактика. Сопоставительное изучение русских и английских этикетных рамок ток-шоу показывает различие степени конвенциональности этих этикетных средств.

Кроме приветствий во всех сферах речи используются представления. В формуле приветствия преобладает прагматическое значение, так как указанная конструкция является маркером обобщенной коммуникативной ситуации и заданной официальной тональности общения. Представление, наряду с прагматическим (указание на официальные отношения), сохраняет номинативное значение (номинации программы, ведущего, экспертов).

В русских ток-шоу ведущий обычно представляет программу в начале, использует ее номинацию в конце, а иногда и после перерыва на рекламу (*Это передача «Что делать?»/ Я ее ведущий Виталий Третьяков//*). Формы таких конструкций могут варьироваться, например, В. Познер, подводя итоги в конце передачи, использует слово, составляющее название программы (*Вот такие Времена//*). Из-за частого употребления в эфире номинации программ стали телевизионными шаблонами, частью сложившегося ритуала с высокой степенью закреплённости. Представление программы не только ориентирует зрителей в телевизионном пространстве, но и способствует узнаваемости, известности программы. Повторение представления в конце передачи позволяет эллиптизировать высказывание, опускать его тематическую часть, при этом опора на ситуацию и клишированность делают его понимание однозначным.

От представления ведущего значительно отличается представление приглашенных участников программы. Это могут быть прямые номинации социального статуса экспертов и их имени: <...> *директор Института мировой экономики и международных отношений академик Российской академии наук Александр Александрович Дынкин*/<...> («Времена»). Но чаще представление гостей передачи как бы «растворяется» в другой пропозиции: *Я приглашаю в студию доктора юридических наук известного адвоката Павла Астахова//* («Воскресный вечер»). В представлении участников имя может находиться в постпозиции или препозиции по отношению к социальному статусу и другим характеристикам гостя. Как показывает анализ материала, порядок слов имеет этикетные функции. В подавляющем большинстве представлений в русских ток-шоу социальный статус предшествует имени. Предпочтение такой формы представления опытными ведущими, как нам кажется, соответствует конвенциям русского дискурса в СМИ, поскольку коммуникативные ожидания зрителей зависят от социального статуса участников телевизионного диалога: речь политика, экономиста, журналиста и т.п. будет раз-

личной по содержанию и своему значению для телезрителей и иметь разную ценность для них.

Этикетные рамки английских программ нашего материала не содержат представлений программы и самопредставлений ведущих. Обращает на себя внимание характер представления экспертов. Во многих английских ток-шоу нашего материала, как и в русских, указывается социальный статус приглашенных: *And I'm joined now from Belfast by the Sinn Fein president Gerry Adams* /<...> («BBC Breakfast with Frost»). Но часто приводятся и другие социальные характеристики: общественные заслуги, разные формы общественного признания, социально значимая деятельность. Основное отличие русских ток-шоу от английских, на наш взгляд, состоит в том, что в английском представлении имя всегда предшествует социальной роли гостя, исключения составляют титулы, звания и высшие государственные должности (*Lord Carlile; Sir Menzies Campbell, Shaykh Hamza Yusuf* и др.). Английские ведущие подчеркивают значение не столько социальной функции, сколько личности с определенным социальным статусом.

Таким образом, при всех различиях русских и английских ток-шоу, для представления экспертов в них чаще всего используются номинации имени и социально значимых функций, связанных с темой передачи. Можно утверждать, что такие конструкции стали клише телевизионной речи, они функционируют как специализированные нефразеологизированные этикетные средства, закрепленные за стереотипной ситуацией общения. Они имеют постоянное синтагматическое окружение, то есть они ситуативно ритуализованы.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Гольдин В.Е. Обращение: теоретические проблемы. — Саратов: Изд-во СГУ, 1987.
- [2] Михальская А.К. Основы риторики: Мысль и слово. — М.: Просвещение, 1996.
- [3] Телевизионная журналистика. — М., 2002.
- [4] Толковый словарь русского языка / Под ред. Н.Ю. Шведовой. — М., 2007.
- [5] *Формановская Н.И.* Речевое взаимодействие: коммуникация и прагматика. — М.: Икар, 2007.

THE ETIQUETTE FRAME OF RUSSIAN AND ENGLISH TALK SHOWS

S.A. Risinzon

Department of Culture Studies
Saratov State Technical University
Polytechnicheskaya str., 77, Saratov, Russia, 410054

At the beginning of speech Russian and English analytical talk show hosts use the specialized politeness means, that regulate the interaction, and nonspecialized rhetoric strategies, that are required for introducing the topic, preparing the discussion.