

ЯЗЫКОВЫЕ МАРКЕРЫ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ СУБЪЕКТА ДИСКУРСИВНОГО ЗНАНИЯ В ТОК-ШОУ

Т. С. Галич

Сибирский федеральный университет

Поступила в редакцию 23 января 2017 г.

Аннотация: в статье рассматриваются и анализируются языковые средства репрезентации ведущего ток-шоу как субъекта дискурсивного знания, устанавливается активная роль ведущего в структурировании концептуального содержания дискурса в соответствии с его знаниями, предпочтениями и желаниями, догадками, оценкой событий, фактов и участников, ориентацией на собственное мнение, мнение телезрителей и других участников дискурса.

Ключевые слова: когнитивный подход к дискурсу, дискурс ток-шоу, организация дискурса, субъект дискурсивного знания, репрезентация, концептуальное содержание.

Abstract: the article deals with the language means used to mark the representation of a talk show host as a subject of discourse knowledge. The host is viewed and analyzed as an active discourse participant who structures conceptual content of the talk show according to his/her own knowledge, preferences and wishes, guesses, evaluations of events and facts, as well as opinions of TV viewers and other discourse participants.

Key words: cognitive approach to discourse, talk show discourse, discourse organization, subject of discourse knowledge, representation, conceptual content.

Любой дискурс представляет собой сложный когнитивно-коммуникативный процесс, который задается определенной деятельностью его участников, выступающих в роли его субъектов.

Согласно теории репрезентации субъекта познания в языке и концепции конфигурации знаний [1], осуществление дискурса возможно за счет проявления двух когнитивных способностей субъекта: способности выступать субъектом знания, понимания и объяснения мира (субъектом дискурсивного знания) и способности выступать субъектом дискурсивной организации знания [2].

Под *субъектом дискурсивного знания* понимается субъект вторичного осмысления, который «...во-первых, выделяет себя в качестве самостоятельной сущности, наделенной собственным мнением и оперирующий имеющимися знаниями, умеющий ориентироваться на знания других и противопоставлять себя им или присоединяться к их мнению. Во-вторых, <...> создает себя в рамках способности определенным образом объяснять (интерпретировать) мир с помощью имеющихся знаний, что проявляется в наличии целого ряда когнитивных способностей (память, внимание, воображение, логическое мышление и др. ...» [2, с. 80].

Деятельность *субъекта дискурсивной организации знаний* заключается в конструировании знаний о фрагменте реальной действительности во множестве взаимосвязей и взаимозависимостей событий и их

участников. Таким образом, происходит соединение различных событий и их характеристик в единое целое. Как следствие, реальная действительность конструируется относительно ее целостного восприятия и понимания индивидом [1; 2].

В дискурсе ток-шоу такими субъектами в равной степени могут выступать как ведущий, так и другие участники ток-шоу. Однако именно ведущий как модератор разговора выстраивает целостный дискурс ток-шоу как когнитивно-коммуникативное событие. Следовательно, он проявляет наибольшую активность в дискурсивной организации знаний и занимает ключевую позицию в сложной системе участников дискурса ток-шоу. Активность ведущего как модератора ток-шоу была достаточно хорошо исследована в рамках коммуникативного подхода к ток-шоу. Исследователи отмечают следующие действия ведущего как модератора ток-шоу: отбор информации для ее дальнейшей репрезентации в дискурсе, организацию данной информации в соответствии с логикой и форматом дискурса, подбор вопросов и участников ток-шоу, продумывание сценария и т. д. [3–10].

Отбор информации становится возможным за счет обращения к широкому спектру публичных (социальных и медийных) событий, а также к ряду событий из личной жизни участников дискурса ток-шоу. В этом заключается содержательная референциальность дискурса ток-шоу [10; 11] и его тематическое разнообразие [6; 12; 13]. Кроме этого, ведущий опирается на присущие ему индивидуальные и коллективные знания и предпочтения, осуществляет отбор наиболее интересной с точки зрения телезри-

теля информации, которая соответствовала бы типу ток-шоу. Он задает вектор осмысления и оценки информации, прошедшей отбор для репрезентации в дискурсе, в то время как приглашенные гости выступают в качестве носителей дополнительных (неизвестных ведущему) знаний о фрагменте реального мира, которые в дискурсе ток-шоу ведущий получает посредством прототипической вопросно-ответной схемы интервью [14]. Таким образом, представляется возможным полагать, что именно стремление осмыслить информацию, отобразить фрагменты реальности во множестве взаимосвязей с другими событиями и их участниками, выразить собственную оценку и запросить оценку других участников дискурса делает ведущего ток-шоу субъектом дискурсивного знания и субъектом дискурсивной организации знания, проявляющим наибольшую активность при организации и конструировании дискурса.

В данной статье, опираясь на классификацию координатной представленности субъекта познания [6], представляется возможным рассмотреть языковые маркеры репрезентации когнитивной активности ведущего ток-шоу как субъекта дискурсивного знания, или субъекта понимания и объяснения мира. Материалом исследования выступили 20 видеозаписей американских развлекательных дневных и ночных ток-шоу (*American entertaining daytime and late-night talk shows*) общей длительностью 13 часов.

В результате анализа материала было выявлено, что для ведущего ток-шоу характерно выступать в качестве разностороннего субъекта дискурсивного знания. Это позволяет ему реализовывать как информативную функцию ток-шоу (предоставлять и осмысливать информацию), так и развлекательную (заинтересовывать телезрителя при помощи оценки данной информации). Таким образом, ведущий может выступать как субъект: 1) знания/незнания, 2) мнения, 3) предположений и догадок, 4) оценки, 5) понимания, 6) желаний.

Например, в ток-шоу *"The Tonight Show"* в фокусе внимания оказывается такое политическое событие, как выдвижение кандидатур на пост президента Соединенных Штатов Америки и предвыборная речь кандидатов. Выбор данного события, введение данного события в дискурс и ракурс его изображения определяется именно ведущим:

– *Of course yesterday was super Tuesday. It looks like it gonna come down to Donald Trump versus Hillary Clinton for the presidency <...>. Chris Christie stood right behind Trump and his victory speech last night, a lot of people know that he did not look too happy. Check this in the video (showing and commenting the video) (The Tonight show 03.02.16).*

Ведущий ток-шоу в качестве наиболее яркого участника выбирает Дональда Трампа, упоминая его

имя несколько раз и противопоставляя его другим участникам. Именно ведущий создает контраст между участниками, что достигается за счет употребления предлога со значением противопоставления *"versus"* (*Donald Trump versus Hillary Clinton*), оценки речи Дональда Трампа (*victory speech*) и внешне проявляемого эмоционального состояния другого участника события (*he did not look too happy*). Таким образом, конструируя данное событие, ведущий ток-шоу выступает в роли субъекта мнения, маркером которого является употребление вводной фразы со значением ожидаемости происходящего события *"of course"*. Одновременно он выступает в качестве субъекта знания. Это выражено с помощью ментального глагола *"to know"*, который в данном примере маркирует отсылку к коллективному знанию (*a lot of people know*) и субъекта оценки, выраженной при помощи прилагательных положительной оценочной коннотации (*victory speech, super Tuesday*).

Рассмотрим далее маркеры каждой координаты представленности ведущего как субъекта дискурсивного знания в отдельности.

1. Ведущий в роли субъекта знания

Выступая субъектом знания, ведущий оценивает события и факты реального мира относительно своего знания/незнания, маркером субъекта знания выступает ментальный глагол *"to know"*:

– *I know that you have dogs and babies and this video is about both of them (Ellen DeGeneres, 06.01.16);*

– *I know that the highlight was really Clinton's appearance. She played a barmen named Well, the other Hillary Clinton played Kate McCane <...> (The Meredith Vieira Show, 10.05.15).*

2. Ведущий в роли субъекта мнения

Неотъемлемой составляющей конструирования дискурса является выражение ведущим собственного мнения о событиях, ситуациях и людях. Это позволяет задавать определенный ракурс восприятия и отношения к объекту в ток-шоу. Например, в ток-шоу *"The Wendy Williams Show"* при указании на костюмированное событие *"The Met Gala"* ведущий выражает свое мнение о данном событии (*the world's biggest fashion event*) и участниках события (*all the celebrities stick with the theme*). Маркером выражения мнения в данном случае выступает ментальный глагол *"to think"*:

Last night was the world's biggest fashion event "The MET GALA", and what I think we love about "The MET GALA" is to see how all the celebrities stick with the theme of the night (The Wendy Williams Show, 05.05.15).

Кроме ментального глагола *"to think"* языковыми средствами, маркирующими субъекта мнения, выступают ментальный глагол *"to mean"*, устойчивые выражения мнения, суждения (*to my mind, to me, of*

course), наречия эвиденциальной семантики (*obviously, clearly*):

– *I mean her hair, the color of her hair, her simple make up, that long dress, fantastic!* (*The Wendy Williams Show, 05.05.15*);

– *Now, to my mind, first of all, no good happens after midnight, but for real nobody is over at 3.29 in the morning. So I am thinking that Chris Brown is stealing easy mark, you know* (*The Wendy Williams Show, 05.05.15*);

– *Jay Z and Beyoncé came 25 minutes late after the carpet was ended. So, clearly, they did that, they can be only one on the red carpet and all attention would be on them and of course so that Beyoncé could avoid Rihanna* (*The Wendy Williams Show, 05.05.15*).

3. Ведущий в роли субъекта предположений и догадок

Осмысливая информацию о фрагментах реальной действительности, ведущий ток-шоу стремится выразить собственные предположения и догадки. При помощи таких маркеров, как глагол (*to believe*), наречия (*maybe, probably*), глагольная конструкция со значением вероятности действия (*to be going to*), глагольная конструкция (*to seem like*) ведущий ток-шоу меняет фокус концептуализации информации, акцентируя степень возможности, достоверности, вероятности информации и др.:

– *I believe, everything is worth to watch the movie, this is a complement, I just did not see you* (*The Tonight show, 03.02.16*);

– *<...> I just think that she is probably the most covered up person on the red carpet. Maybe this angle is not so much (showing the photo)* (*The Wendy Williams Show, 05.05.15*);

– *He is not going to be over the debate* (*The Tonight Show 03.02.16*);

– *<...> now Bush has been doing too well in the primary but yesterday it seemed like he completely changed his image and summed up his vision for America in a single tweet* (*The Late Late Show, 17.02.16*).

4. Ведущий в роли субъекта оценки

Для ведущего как субъекта оценки важно дать оценку происходящим событиям, людям и др. Данная оценка маркируется прежде всего оценочными прилагательными (*weird, cool, mind-blowing, funny, unreliable*):

– *It's pretty weird when The FOX news projected that Hillary Clinton won in Tennessee last night <...>* (*The Tonight Show 03.02.16*);

– *She is out with her new album, it's called 99 cents and she has a really cool interactive video that just mind-blowing* (*The Tonight Show 03.02.16*);

– *<...> She played a barmen named Well, the other Hillary Clinton played Kate McCain, who was brilliant at that role, take a look. She is funny but so unreliable*

and not real, do you think it helped her image? (*The Meredith Vieira Show, 10.05.15*).

5. Ведущий в роли субъекта понимания

Являясь субъектом понимания, ведущий стремится осмыслить дискурсивную информацию, выразить свое понимание и поддержать собеседника. Маркерами субъекта понимания выступают ментальные глаголы (*to understand, to realize, to see*):

– *Yes, I think I understand... They speak much better than I understand you* (*Late Late Show, 14.05.10*);

– *I need to check this out, I know you've met the boys, but when you're working with One Direction... I realize now it's a bit like going on a long car journey with children* (*Jonathan Ross Show, 21.10.2015*);

– *See. I happen to know because I have powers of perception that these guys are* (*Late Late Show, 14.05.10*).

6. Ведущий в роли субъекта желания

Выступая субъектом желания, ведущий выражает свои предпочтения, направляя фокус внимания интервьюируемых на другую тему или интересующую его информацию. Маркерами субъекта желания в ток-шоу выступают конструкции “*I'd like*”, “*I'd love*”:

– *I'd like to ask you about your family. I don't know why, but I love your mother* (*Jimmy Fallon, 16.12.16*);

– *That's gonna look great on you. Please, slip that on because I would love to see that as I'll do the rest of the show* (*Jimmy Kimmel show, 02.09.16*).

Таким образом, способность ведущего ток-шоу выступать в роли субъекта дискурсивного знания позволяет ему вводить в дискурс информацию о фрагментах реальной действительности, организовывать дискурс в соответствии со своими знаниями и предпочтениями, ориентироваться на собственное мнение, мнение телезрителей и других участников дискурса. Ведущий как субъект дискурсивного знания осмысливает и оценивает дискурсивную информацию относительно своего знания/незнания, выражает мнение, понимание/непонимание, предположения и желания, дает оценку событиям, участникам, фактам. Следовательно, именно данные когнитивные способности, объединенные общей способностью ведущего выступать субъектом дискурсивного знания, приводят к конструированию событий, фактов и образов участников как объектов авторской концептуализации в дискурсе ток-шоу.

ЛИТЕРАТУРА

1. Магировская О. В. Конструирование дискурса в рамках когнитивных способностей субъекта познания / О. В. Магировская // Когнитивные исследования языка. – Изд-во ТГУ им. Г. Р. Державина. – Вып. XX. – С. 77–85.

2. Магировская О. В. Репрезентация субъекта познания в языке : дис. ... канд. филол. наук / О. В. Магировская. – 2009. – Тамбов, 2009. – 351 с.

3. *Tolson A.* Media talk : spoken discourse on TV and radio / A. Tolson. – Columbia University Press, 2006. – 193 p.
4. *Коченгин М. Ю.* Функционально-семантические свойства американского дискурса ток-шоу : дис. ... канд. филол. наук / М. Ю. Коченгин. – Ульяновск, 2005. – 186 с.
5. *Красноперова Ю. В.* Дискурсивные стратегии участников интервью : дис. ... канд. филол. наук / Ю. В. Красноперова. – 2005. – 236 с.
6. *Ларина Е. Г.* Лингвопрагматические особенности ток-шоу как жанра телевизионного дискурса : на материале американских телевизионных программ : дис. ... канд. филол. наук / Е. Г. Ларина. – Волгоград, 2004. – 171 с.
7. *Ellis J.* Seeing things : television in the age of uncertainty / J. Ellis. – London : Tauris & Co Ltd, 2000. – 193 p.
8. *Bell P.* The Media Interview : confession, contest, conversation / P. Bell., T. Leeuwen. – The University of New South Wales Press, 1994. – 257 p.
9. Ethics, advocacy and empowerment / D. Cameron [et al.] // Issues of method in researching language. – London : Routledge, 1991. – 317 p.
10. *Scannell P.* Broadcast talk / P. Scannell. – Sage Publications, 1991. – 227 p.
11. *Демьянков В. З.* Событийность в языке средств массовой информации / В. З. Демьянков // Язык средств массовой информации как объект междисциплинарного исследования. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 2001. – С. 59–61.
12. *Montgomery M.* The discourse of the broadcast news interview / M. Montgomery // Journalism studies. – 2008. – Vol. 9 (2). – P. 260–277.
13. *Vandenberg A.* Towards an analysis of interpersonal meaning in daytime talk shows / A. Vandenberg // English media texts – past and present. – 2000. – P. 217–219.
14. *Кибрик А. А.* О некоторых видах знаний в модели естественного диалога / А. А. Кибрик // Вопросы языкознания. – 1991. – № 1. – С. 61–69.

Сибирский федеральный университет

Галич Т. С., аспирант кафедры лингвистики и межкультурной коммуникации

E-mail: tanyagalich91@mail.ru

Тел.: 8 (391) 206-27-10

Siberian Federal University

Galich T. S., Post-graduate Student of the Linguistics and Intercultural Communication Department

E-mail: tanyagalich91@mail.ru

Tel.: 8 (391) 206-27-10