

Лингвокультурная специфика адаптации британских развлекательных телевизионных передач в США и американских в Великобритании

Штейнберг Алина Дмитриевна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет иностранных языков и регионоведения, Кафедра лингвистики и межкультурной коммуникации, Москва, Russia
E-mail: aline1999.s@gmail.com

Принято полагать, что сегодня, в эпоху глобализации, в сфере СМИ усиливается тенденция к унификации форм представления информации из-за их заимствования одной культурной общностью у другой. Однако глобализация влечет за собой и обратные последствия: создание оригинального контента и переименование адаптируемого приводят к повсеместному росту внимания к национальной самобытности.

Сегодня отрасль телевизионного бизнеса, связанная с производством адаптаций зарубежных медиапродуктов, продолжает оставаться одной из наиболее перспективных. Тем не менее, единой технологии передачи телевизионных форматов не существует. Из-за этого при перенесении какого-либо телевизионного формата в другой лингвокультурный контекст, например, из американского в британский или наоборот, сохраняются не все характеристики первоначальной задумки, поскольку материал подвергается переработке носителей иной культуры и корректируется ими ради обеспечения успеха среди локальной аудитории.

Цель исследования состоит в выявлении лингвокультурной специфики формата и содержания телепередач на материале вечерних ток-шоу и телеигр.

Изучение телевизионного медиатекста, который, разворачиваясь сразу на нескольких уровнях, включает разнообразные вербальные и невербальные культурные коды [1], обуславливает широкий круг подходов к его описанию. Так, **методы** исследования включают контекстуальный и сопоставительный анализ дискурса участников передач, а также собственно медиалингвистический метод [2], который регистрирует и описывает закономерности взаимодействия разных уровней медиа речи и включает распознавание и интерпретацию особых медийных знаков.

Проведенный анализ, в ходе которого применялись различные параметры измерения культур, разработанные в рамках теории МКК, позволил заключить, что отличия между лингвокультурами прослеживаются как на вербальном, так и на невербальном уровнях.

Так, уже в различии названий ток-шоу прослеживается действие параметра «Модели культурных измерений» по Г. Хофстеде - Долгосрочная-Краткосрочная ориентация [3]. В названии американской версии («The Tonight Show Starring Jimmy Fallon») упор сделан на то, что зрители смогут посмотреть новый выпуск уже сегодня вечером, в то время как название «The Nightly Show» содержит указание на регулярность трансляций. Создается впечатление, что авторы передачи хотят убедить зрителей, что просмотр «The Nightly Show» может стать для них традиционным вечерним времяпрепровождением. Принимая во внимание те стратегии, которые создатели ток-шоу избрали для продвижения своих медиапродуктов, можно заключить, что британцы ориентировались на долгосрочную перспективу, а американцы - на краткосрочную, что соответствует полученным индексам по данному параметру измерения культур.

Кроме того, в американской версии названия содержится имя ведущего: подчеркивается важность вклада конкретной личности (актера, музыканта и телеведущего Дж. Фэл-

лона) в создание данного ток-шоу. Таким образом зритель понимает, что оно является авторским произведением и ассоциируется у них с определенным человеком.

Стоит подчеркнуть, что у “The Nightly Show” нет постоянного телеведущего: каждую неделю один известный артист на пять будних вечеров сменяет другого в этой роли, что значительно отразилось на всех аспектах содержания и оформления передачи. Столь нестрогое следование обычаю позволяет проследить действие параметра избегания неопределенности, разработанного Г. Хофстеде. В рейтинге проанализированных им стран Великобритании находится ниже США [3], и представители данной лингвокультуры спокойнее относятся к новым и неизвестным ситуациям, проявляют гибкость в отношении формальных инструкций. Вероятно, меньшая степень терпимости к неопределенности американского сообщества повлияла на привычный способ выбора первого отвечающего в передаче “The Weakest Link”: для этого игроки тянут жребий перед началом передачи, зная, что любой из них может оказаться первым. В британской же оригинальной версии игроки выстраиваются слева направо в зависимости от их имени в порядке алфавита. Можно предположить, что этот ход позволил создателям адаптации добавить дополнительный элемент непредвиденности в заведомо волнительный и напряженный процесс игры.

В соответствии с критериями измерения деловых культур, выведенных Ф. Тромпенаарсом и Ч. Хэмпден-Тернером [4], британцы более склонны полагаться на удачу, подчиняться воле судьбы (критерий окружающей среды). Так, во многих выпусках “The Nightly Show” звездный гость участвует в игре, и если победит, то один случайный зритель выиграет ценный приз. А в американской версии “The Weakest Link” для того, чтобы перевести накопленные во время цепочки правильных ответов деньги в несгораемый фонд необходимо не только сказать “bank”, но и нажать на кнопку. Такое принципиальное решение, вероятно, предстает свидетельством того, что американцы являются представителями культуры, для которой осуществление контроля над результатом представляет большую важность, чем для британской.

Наконец, исследователи Л. Самовар и Р. Портер отмечают высокую степень неформальности американской культуры [3], которая заметна, например, при сравнении стиля одежды ведущих ток-шоу и их общении с гостями. Британцы выглядят несколько более торжественно и официально, тогда как ведущий “The Tonight Show” Дж. Фэллон кажется менее скованным в выборе цветовой гаммы, во время выхода его пиджак застегнут либо на одну пуговицу либо расстегнут совсем, он никогда не носит нагрудного платка, а также намного чаще общается с гостями на личные темы, спрашивает их о семье и увлечениях, делится подобной информацией о себе. Кроме того, участники американской версии игрового шоу “The Weakest Link” в отличие от участников британской предстают более раскрепощенными: эмоциональнее реагируют на колкости ведущей Энн Робинсон - не смущаются, а громко смеются и иногда даже дерзят в ответ.

Проведенное исследование проиллюстрировало актуальность выявления национальной идентичности в перенятом телевизионном формате и способствовало конкретизации места британской и американской лингвокультур в континууме параметров измерения культур, ставших классическими в теории межкультурной коммуникации.

Источники и литература

- 1) Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов. М., 2005.
- 2) Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. М., 2008.
- 3) Samovar, Larry A., Porter, Richard E. Communication between cultures. Belmont, 2001.

- 4) Trompenaars F., Hampden-Turner C. Building cross-cultural competence. New Haven & London, 2000.