

## КРОСС-КУЛЬТУРНЫЕ ПАРАМЕТРЫ РЕАЛИЗАЦИИ ФУНКЦИЙ ЯЗЫКА ТЕЛЕКАНАЛАМИ

Е. В. Коршук

*Белорусский государственный университет,  
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,  
korshuk@bk.ru*

В настоящем исследовании предлагается анализ влияния типа культуры на реализацию телеканалами фатической и конативной функций языка. В ежедневных выпусках новостей были выявлены определенные кросс-культурные различия в форме приветствия и удержания внимания телезрителей, которые проявляются в структуре, грамматическом и лексическом оформлении.

**Ключевые слова:** новости; выпуск; телеканал; функции языка; фатическая функция; конативная функция.

## CROSS-CULTURAL VARIATIONS IN REALIZING FATIC AND CONATIVE LANGUAGE FUNCTIONS ON TELEVISION

E. V. Korshuk

*Belarusian State University,  
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus  
Corresponding author: V. V. Korshuk (v.v.korshuk@gmail.com)*

The study provides an insight into how culture influences the way TV channels establish contact with the viewers and secure their attention. The analysis of daily news editions demonstrated certain variations in greetings and endings of news broadcasts, as well as differences in grammar and vocabulary used by the presenters.

**Key words:** news; TV channel; language functions; fatic function; conative function.

Все телеканалы мира функционируют в схожих коммуникативных схемах, где адресантом является работник телеканала, адресатом – целевая аудитория, сообщение носит информативный характер и состоит из видео- и аудиосоставляющих; коммуникация опосредованная, из телестудии, обязательно устанавливается контакт с аудиторией, на которую оказывается определенное воздействие.

Каждый из элементов приведенной коммуникативной модели обладает характеристиками, отражающими или не отражающими специфику культуры, в которой работает телеканал. Некоторые элементы имеют специфику, обусловленную требованиями к СМИ. Так, адресант, который у Р. Якобсона [1] является основным носителем эмотивной функции языка и должен выражать свое отношение к описываемому объекту, что также определенным образом воздействует на адресата, в выпуске новостей этой функции фактически лишен, ибо это противоречит законам жанра.

Контекст, отвечающий за реализацию референтивной функции языка, не зависит от ведущего, ибо отражает политику канала в выборе и ранжировании новостных сообщений. Внимание адресата должно быть направлено сугубо на само сообщение, что свидетельствует о максимальной реализации поэтической функции языка.

Смысл метаязыковой функции языка, называемой кодом в коммуникативной модели, в том, что телеканал и его аудитория должны оперировать одинаковыми понятиями, ценностями, значениями и смыслами. Для национальных телеканалов это практически естественное положение дел. В случае же вещания международного, которое обычно ведется на одном из официальных языков ООН, зачастую не являющемся родным для работников телеканала, предпринимаются дополнительные усилия по выбору лексических и грамматических средств, чтобы снять возможные семантические и аксиологические разночтения. Отметим, что информативный, а не оценочный характер выпусков новостей задачу несколько упрощает.

Представляется, что характеристики культуры, в которой действует тот или иной телеканал, максимально проявляются в средствах реализации фатической и конативной функций языка. Проследим это на примере выпусков новостей. За последние годы первые слова, которыми ведущий начинает выпуск новостей, стали похожи на телеканалах разных стран, тем не менее, тонкие кросс-культурные различия остаются.

В целом ряде классификаций культур присутствует деление на коллективистские и индивидуалистические. В коллективистских культурах приоритетны интересы группы, в индивидуалистических – отдельной личности. Человек воспринимает и идентифицирует себя через принадлежность к группе («я студент») или через собственные характеристики («я люблю спорт»). В речи преобладают личные местоимения единственного («Это все, что я расскажу в этом выпуске») или множественного числа («Это все, что мы успели рассказать»). В коллективистских культурах, которым свойственна высокая оценка скромности, ведущие представляют друг друга, как в программе

«Наше утро» [2]. В культурах индивидуалистических каждый ведущий представляется сам.

В последнее время общей становится тенденция, что ведущий сам называет свое имя. Кросс-культурные различия, тем не менее, остаются. Так, на НТВ выпуск новостей начинается со слов «Здравствуйте, вас приветствует информационная студия НТВ», и только потом «Сегодня в студии NN» [3]. Китайский международный телеканал CGTN использует такую же очередность подачи информации: «Hello from CGTN in Beijing. I am NN» [4]. В данном представлении зрителю предлагается не только название компании CGTN, но и уточнение местонахождения студии, столица КНР Пекин, что в глазах ведущего подспудно повышает значимость программы. ОНТ начинает выпуск следующим образом: «Здравствуйте, на «Вечернем канале» вечерние новости. С вами NN» [5]. Телеканал «Беларусь 24» – TVR.by следует аналогичным правилам: «В программе эфира новости. Я – NN» [6]. Во всех приведенных примерах ведущий представляет не себя как личность, а свою принадлежность к определенной компании, на которую и возлагается ответственность за сказанное. Отметим, что русская, белорусская и китайская культуры относятся к группе коллективистских.

Для сравнения, австралийский телеканал ABC, к примеру, в формате «Новости за 90 секунд» начинает выпуск несколько иначе: “Hello, NN on ABC News” («Привет, NN на ABC News»). Сначала ведущий называет себя, а потом программу. Таким образом в английском языке принято показывать, что говорящий берет на себя лично ответственность за сказанное [7]. Понятно, что столь краткий формат накладывает отпечаток на количество информации, не относящейся непосредственно к новостям, а потому представление короткое. Тем не менее, практически так же начинается и более длительный выпуск новостей: «Hello, NN with top stories on ABC News» («Привет, NN с главными событиями на ABC News»).

Австралийская культура относится к группе индивидуалистических.

Для анализа реализации конативной функции языка в новостных выпусках интерес представляют слова, которыми ведущий завершает выпуск. Конативная функция фактически отражает то, каким образом адресант удерживает внимание целевой аудитории, обеспечивает рейтинг канала. Грамматически данная функция наиболее очевидно проявляется в повелительном наклонении: «Не переключайтесь!», «Stay tuned!», «Оставайтесь с нами!». В русскоязычных так называемых «НЕТ-культурах» достаточно распространены отрицательные формы повелительного наклонения. Таким образом проявляются две характеристики культур коллективистских, со средней степенью высоко-

контекстности: с одной стороны использование отрицания условно позволяет адресату отказаться, не нанося ущерба «лицу» адресанта и гармонии отношений, а с другой таким образом выражается коллективное мнение (телеканала) о том, что хорошо для конкретного зрителя, что он должен делать. В культурах более высококонтекстных, где большое количество информации адресат привычно черпает из знания и понимания контекста, в котором происходит общение, где «нарушить лицо» недопустимо, прибегают к тактике, характерной и для низкоконтекстных индивидуалистических культур, просто называя, что следует за данным выпуском новостей. ОНТ также использует такой подход: «Ну а прямо сейчас на Первом...». Некоторые каналы, видимо, не осознавая этого, вычеркивают адресата из коммуникации, или становятся очень высококонтекстными, как НТВ: «Это программа «Сегодня», мы следим за развитием событий». Канал сообщает о своих действиях, не обещая ничего адресату. А зритель сам может решить надеяться, что его проинформируют о «развитии событий». Заметим, что слово «программа» в данном случае становится контекстуальным синонимом слова «коллектив», определяемый личным местоимением «мы».

В индивидуалистических культурах помимо информации о том, что следует за выпуском новостей, принято благодарить за внимание и предлагать варианты, каким образом зритель может самостоятельно дополнительно ознакомиться с новостями канала, как напрямую связаться с ведущим. Если размещение информации на различных интернет-порталах отражает требования сегодняшнего дня, развитие новых медиа, то возможность личного контакта с ведущим характерна сугубо для культур индивидуалистических, где борьба за рейтинг приравнивается работе с каждым зрителем индивидуально, а ведущий сам полностью выражает интересы компании и может давать дополнительные пояснения по ее деятельности.

Таким образом, в каждой культуре используется привычный ей стиль коммуникации. В коллективистских культурах контактоустанавливающая фатическая функция языка в начале новостных выпусков выражается в приоритетности наименования телеканала, программы, в то время как в культурах индивидуалистических на первое место ставится имя ведущего.

Для сохранения и повышения рейтинга в конце выпуска новостей может использоваться прямой призыв оставаться на кнопке телеканала, информирование о следующей программе, благодарность за внимание с предложением воспользоваться дополнительными возможностями оставаться на канале. Таким образом реализуется конативная функция языка. Сравнительно новым средством удержания зрителя является предоставление возможности личного контакта с ведущим.

Приведенные в данной работе данные о предпочтениях аудиторий дают повод для уточнения формулировок, используемых телеканалами Республики Беларусь в вещании для разных аудиторий, что позволит как повысить рейтинг телеканалов, так и поддерживать позитивный имидж страны в мире.

### **Библиографические ссылки**

1. Якобсон – Лингвистика и поэтика [Электронный ресурс]. URL: [www.philology.ru](http://www.philology.ru) (дата обращения: 15.06.2022).
2. «Наше утро» ОНТ 14.06.2022 || Полный выпуск программы [Электронный ресурс]. URL: <https://youtu.be/GipDQe3TILo> (дата обращения: 15.06.2022).
3. НТВ.ru [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ntv.ru/peredacha/segodnya/m23700/o698683/video/> (дата обращения: 15.06.2022).
4. CGTN [Электронный ресурс]. URL: <https://www.cgtn.com/tv> (дата обращения: 15.06.2022).
5. ОНТ. Общенациональное телевидение [Электронный ресурс]. URL: <https://ont.by/broadcasting> (дата обращения: 15.06.2022).
6. «Беларусь 24» – TVR.by [Электронный ресурс]. URL: <https://belarus24.by> (дата обращения: 15.06.2022).
7. ABC.net [Электронный ресурс]. URL: <https://www.abc.net.au/news/newschannel/news-in-90-seconds/2022-06-14/news-in-90-seconds/13929224> (дата обращения: 15.06.2022).