

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ АЛЛЮЗИИ В РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОМ ТОК-ШОУ

Янь Цзинь

Аспирант, Государственный Институт Русского Языка
имени А.С. Пушкина
yanayan007@outlook.com

USE OF ALLUSION
IN ENTERTAINMENT TALK SHOW

Yan Jin

Summary: The article presents the results of an analysis aimed at establishing the pragmatic effect of allusions used by communicants in Russian entertainment talk shows. In correlation with the position that talk shows, which are part of the media content, contain features of language manipulation in their discursive space, the mechanisms for implementing the communicative intentions of message senders - talk show participants are illustrated. The aim of the study is to establish the mechanisms for the implementation of pragmatic effects with the help of allusions within the framework of a talk show (for example, the talk show "Let them talk", aired on Channel One (hosts - A. Malakhov, D. Borisov), whose participants are famous personalities or the most ordinary people. As a result, it was found that the allusion, which is a kind of precedent phenomenon, has great pragmatic potential, since it allows you to briefly and concisely express the communicative intention of the sender of the message, which simplifies the perception of the transmitted information by the recipients. The pragmatic effect is enhanced by the stylistic potential of allusions due to the fact that they create brightly colored images.

Keywords: allusion, talk show, media discourse, manipulative potential, pragmatic effect.

Аннотация: В статье представлены результаты анализа, направленного на установление прагматического эффекта аллюзий, используемых коммуникантами в рамках российских развлекательных ток-шоу. В корреляции с положением о том, что ток-шоу, которые являются частью медийного контента, вмещают в своем дискурсивном пространстве черты языковой манипуляции, иллюстрируются механизмы реализации коммуникативных интенций отправителей сообщений – участников ток-шоу. Целью исследования является установление механизмов реализации прагматических эффектов при помощи аллюзий в рамках ток-шоу (на примере ток-шоу «Пусть говорят», выходящего на Первом канале (ведущие – А. Малахов, Д. Борисов), участниками которого являются известные личности или самые обычные люди. В результате установлено, что аллюзия, которая является разновидностью precedentного феномена, обладает большим прагматическим потенциалом, поскольку позволяет кратко и емко выразить коммуникативное намерение отправителя сообщения, что упрощает восприятие транслируемой информации реципиентами. Прагматический эффект усиливается за счет стилистического потенциала аллюзий за счет того, что они создают ярко окрашенные образы.

Ключевые слова: аллюзия, ток-шоу, медийный дискурс, манипулятивный потенциал, прагматический эффект.

Современный исследовательский интерес лингвистов в большой степени сосредоточен вокруг медийной коммуникации, что объясняется, с одной стороны, высоким уровнем цифровизации общества 21 века, который предопределяет возникновение новых коммуникативных форматов, требующих осмысления их языковой стороны, а, с другой, смещением жанровых границ в рамках медийного дискурса, что привело к тому, что речевое взаимодействие в данном пространстве часто носит манипулятивный характер. В этом направлении работают такие исследователи, как Н.А. Жихарева и Е.П. Яковлева, которые изучают манипулятивные стратегии в ток-шоу, являющимися разновидностью медийного дискурса [1]; В.Ю. Костюченко, занимающаяся исследованием дискурсивных параметров ток-шоу [2], др.

Исследователи едины во мнении, что для того, чтобы оказать на аудиторию воздействующий эффект, а также побудить ее к размышлениям на заданную тему, отправители сообщений используют языковые средства различных уровней. Представляется, что большим потенциалом на лексическом уровне обладает аллюзия, которая, являясь разновидностью precedentных феноменов, способна создавать устойчивые

интертекстуальные связи, образуя, тем самым, обширное коммуникативное пространство. Недостаточные исследования реализации прагматического эффекта в рамках развлекательного ток-шоу, актуализируемых при помощи аллюзии, делают **актуальным** изучение речевых механизмов использования данной языковой единицы в речи участников ток-шоу. **Новизна** данного исследования состоит, таким образом, в том, что в нем на определенной выборке примеров из русскоязычных развлекательных ток-шоу иллюстрируются механизмы реализации прагматического эффекта, что вносит вклад в достижение коммуникативной цели участников программы. **Цель** исследования состоит в установлении механизмов реализации прагматических эффектов при помощи аллюзий в рамках ток-шоу. **Методы** работы: систематизация, обобщение, контент-анализ, прагматический анализ, интертекстуальный анализ. **Материал** исследования: записи российского ток-шоу «Пусть говорят», выходящего на Первом канале (ведущие – А. Малахов, Д. Борисов).

На первом этапе исследования уточним содержание значений понятий, имеющих значение для данной работы – ток-шоу, аллюзия, прагматический эффект.

Ток-шоу рассматривается современными исследователями как одна из областей медийного дискурса, транслируемого при помощи телевидения и / или интернета, в рамках которого происходит коммуникативное взаимодействие нескольких участников (активные участники), а также пассивное участие зрительской аудитории, ограниченное заданной предметной областью, которое носит дискуссионный характер [2, с. 85].

Аллюзия понимается как разновидность интертекста, которая является устойчивой речевой фигурой, демонстрирующей эксплицитную связь с широко известным в определенном лингвокультурном сообществе [3, с. 52].

Прагматический эффект расценивается как совокупность механизмов, которые обеспечивают достижение функционально-коммуникативной интенции отправителя сообщения [4, с. 192].

Этими определениями мы будем пользоваться в ходе исследования, направленного на установление механизмов реализации прагматических эффектов при помощи аллюзий в рамках ток-шоу «Пусть говорят».

Герои программы – известные личности или самые обычные люди – делятся со зрителями и экспертами своими невыдуманными историями. Обсуждая частные проблемы отдельных людей и семей, участники программы говорят о том, что волнует всех. Свое мнение о проблеме высказывают родственники и очевидцы, противники и сторонники, политики и психологи, знаменитости и журналисты, а также зрители, присутствующие в зале.

В выпуске от 01 февраля 2021 г., который посвящен обсуждению результаты ДНК-теста для «сыновей» Александра Абдулова, обнаруживается следующий пример:

Речь эксперта: Результаты данного теста таковы. Вероятность того, что Александр и Сергей – родственники по прямой мужской линии составляет 0 %. А это значит, что вы не имеете одного общего биологического отца.

Речь ведущего: А, это значит, что по крайней мере один из вас по меньшей мере заблуждается.

Речь эксперта: Эти результаты не исключают того факта, что действительно кто-то из вас может оказаться биологическим сыном Александра Абдулова. К тому же были предоставлены вещи родственных...

Речь ведущего: Секунду, Мария! Кто нас обманывал? Вот что подсказывает вам ваша интуиция (обращается к залу).

Зритель: Да все!

Речь ведущего: Все обманывают?

*Зритель: Все обманывают. Я думаю, что ни один, ни второй не дети Это **дети лейтенанта Шмидта**.*

В примере выше зритель ток-шоу использует в своей

речи аллюзию *дети лейтенанта Шмидта* для того, чтобы обнажить лживые и лицемерные намерения участников ток-шоу, которые претендуют на роль сыновей знаменитого советского и российского актера А. Абдулова. Сама по себе аллюзия – это отсыл к широко известному в русской лингвокультуре произведению И. Ильфа и Е. Петрова «Золотой теленок» (1931 г.), в котором описывается время послецарской эпохи, когда в условиях советского режима люди пользовались сложившейся ситуацией с целью личной наживы. Для того периода была типична деятельность аферистов, которые, выдавая себя за детей героев, пользовавшихся безусловным авторитетом (революционеры Шмидт, Мокиенко, Никитин, др.), втирались в доверие к простым гражданам и просили о материальной помощи, ссылаясь на вынужденное бедственное жизненное положение. Таким образом, зритель ток-шоу кратко и ёмко выражает своё отношение к гостям передачи, он ставит их в один ряд с аферистами и мошенниками, стремящимися к собственной наживе. В данном примере аллюзия играет стилистическую функцию, поскольку, выражая негативную коннотацию, создает отрицательный образ героев, которым адресовано сообщение.

Рассмотрим другой пример из выпуска этого ток-шоу от 26 января 2022 г., в рамках которого обсуждается вопрос того, что оставшаяся в секте мать отказывается общаться со сбежавшими детьми.

Речь ведущего: А как отнеслась ваша мама к этой программе?

Речь гостя: Ну, конечно, отрицательно

Речь ведущего: А после этого общались?

*Речь гостя: Нет, она нас заблокировала и считает, что мы **хуже еретиков, хуже Иуды**.*

В примере выше мы видим в речи гостя, который рассказывает о своих взаимоотношениях с матерью использование такой аллюзии, как *еретик* и *Иуда*. Данные понятия относятся изначально к философской и религиозной областям. Под еретиками понимаются те, кто разделяет модель поведения *ереси* – намеренного и планомерного отклонения от религиозных и мировоззренческих норм. *Иуда* – это аллюзия на библейское имя, предателя Иисуса Христа. В современном русском языке и *еретик*, и *Иуда* являются широко узнаваемыми аллюзиями, которые не требуют дополнительных комментариев. Они часто используются в разговорной речи для того, чтобы максимально ярко и красочно выразить крайнюю степень неблагодарности и предательства. Таким образом, с точки зрения прагматического эффекта, данные аллюзии в речи героев способствуют созданию эмотивного фона повествования, что позволяет аудитории осознать уровень напряженности в отношениях между матерью и ее детьми.

Рассмотрим следующий пример из выпуска програм-

мы от 25 января 2022 г., в рамках которого обсуждался инцидент, связанный с распитием спиртных напитков на борту самолета.

Речь гостя: Они могли бы подойти ко мне и сказать: «Анастасия, Вы тут что-то устраиваете неприличное», и все. А они под конец полета, потому что уже выгодно. Все. Финита ля комедия.

Гостя – Анастасия Волочкова – объясняет обстоятельства произошедшего с ней случая на борту самолета, который выполнял рейс с общей продолжительностью полета 9 часов. Ссылаясь на длительность перелета, знаменитая артистка балета пытается оправдать факт того, что она распивала спиртные напитки в неполюженном месте. При этом она выбирает коммуникативную стратегию обвинения оппонента – в данном случае экипажа самолета, которые, по ее мнению, не вовремя среагировали на неустраивающее их поведение. Аллюзия *финита ля комедия*, которая является транскрипцией итальянского выражения *finita la commedia*, используется для выражения семантики окончательного исхода, когда

продолжение действия уже невозможно ни при каких обстоятельствах. В русской литературе данное выражение встречается в произведении Ю. Лермонтова «Герой нашего времени» в ситуации, когда Печорин застрелил Грушницкого. Таким образом, в речи участника ток-шоу данная аллюзия призвана создать особый риторический фон, который призван акцентировать внимание аудитории на эпичности окончания ситуации, когда не остается никакого выбора и места для дальнейших действий.

Выводы

На примерах из российского развлекательного ток-шоу «Пусть говорят» было установлено, что аллюзия обладает большим прагматическим потенциалом, поскольку позволяет кратко и емко выразить коммуникативное намерение отправителя сообщения, что упрощает восприятие транслируемой информации реципиентами. Прагматический эффект усиливается за счет стилистического потенциала аллюзий за счет того, что они создают ярко окрашенные образы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Жихарева Н.А., Яковлева Е.П. Применение манипулятивной стратегии в политических ток-шоу (на материале русскоязычных ток-шоу) // Язык и действительность. – М.: ООО «Издательство «Спутник+», 2019. – С. 135–141.
2. Костюченко В.Ю. Дискурсивные средства, выражающие модальность акцентирования, в русских и английских сетевых ток-шоу // Иностранные языки: инновации, перспективы исследования и преподавания. – Минск: Белорусский государственный университет, 2019. – С. 84–93.
3. Фатеева Н.А. Интертекст в мире текстов: Контрапункт интертекстуальности. Изд. 3-е, стереотипное. – М.: КомКнига, 2007. – 280 с.
4. Хвоц Р.Н., Зворыгина О.И. Прагматический эффект высказываний субъекта медицинского дискурса в ходе решения просветительской задачи в публичном секторе // Коммуникология. – М.: Оптима Проект, 2021. – С. 191–200.

© Янь Цзинь (yanayan007@outlook.com).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»



Государственный институт русского языка имени А.С. Пушкина