

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка  
Навчально-науковий інститут філології  
Кафедра англійської філології та міжкультурної комунікації

## **Ток-шоу як наратив (на матеріалі англійської мови)**

*Кваліфікаційна робота  
освітнього рівня «магістр»  
студентки II курсу магістратури,  
спеціальності  
англійська мова та література,  
Галузь науки – 03 «гуманітарні науки»  
Спеціальність – 035 «філологія»  
Заріцької Анастасії Русланівни*

*науковий керівник:  
Алексєєва Ірина Олексіївна*

«Допущено до захисту»

Протокол засідання кафедри англійської філології

та міжкультурної комунікації

Протокол № 8 від 2.12.2021

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_ проф. Белова А.Д.

КИЇВ  
2021

## ЗМІСТ

<b>Вступ</b> .....	3
<b>Розділ 1. Наратив у сучасному мас-медійному дискурсі</b> .....	7
1.1. Дискурс ток-шоу як об'єкт лінгвістичних досліджень.....	9
1.2. Еволюція поняття «наратив» у філології.....	15
1.3. Характерні риси наративу у сучасних телевізійних ток-шоу.....	22
Висновки до Розділу 1.....	27
<b>Розділ 2. Тематичні та структурні особливості «Шоу Елен Дедженерес» і «Вечірнє шоу з Джимом Фелоном»</b> .....	29
2.1. Тематична орієнтація «Шоу Елен Дедженерес» та «Вечірнього шоу» з Джимом Фелоном.....	31
2.1.1. Тематика «Шоу Елен Дедженерес».....	31
2.1.2. Тематика «Вечірнього шоу» з Джимом Фелоном.....	33
2.2. Порівняння структури «Шоу Елен Дедженерес» та «Вечірнього шоу» з Джимом Фелоном.....	36
2.2.1. Структура «Шоу Елен Дедженерес».....	36
2.2.2. Структура «Вечірнього шоу» з Джимом Фелоном.....	39
2.2.3. Диференційні ознаки «Шоу Елен Дедженерес» та «Вечірнього шоу» з Джимом Фелоном.....	41
Висновки до Розділу 2.....	50
<b>Розділ 3. Вербальні та невербальні засоби презентації наративу «Шоу Елен Дедженерес» і «Вечірнє шоу» з Джимом Фелоном</b> .....	52
3.1. Невербальні засоби розгортання наративів у «Шоу Елен Дедженерес» і «Вечірнє шоу» з Джимом Фелоном.....	52

3.2. Лексичні особливості наративів в «Шоу Елен Дедженерес» та Вечірнє шоу» з Джимом Фелоном.....	57
3.3. Стилiстичнi особливостi наративiв в «Шоу Елен Дедженерес» та «Вечiрнє шоу» з Джимом Фелоном.....	62
Висновки до Роздiлу 3.....	68
<b>Загальнi висновки.....</b>	<b>70</b>
<b>Summary.....</b>	<b>74</b>
<b>Список лiтератури.....</b>	<b>76</b>
<b>iлюстративнi джерела.....</b>	<b>85</b>

## Вступ

Особливий інтерес науковців до інформаційного впливу, який здійснює, наприклад, телевізійне повідомлення, пояснюється тим, що будь-яка інформаційна, зокрема телевізійна дія є одночасно і актом комунікації, і засобом досягнення певних цілей і завдань, охоплюючи широкий спектр людських і міжособистісних (наприклад, учасників ток-шоу безпосередньо й телеаудиторії) відносин. Внаслідок того, що телевізійний дискурс є об'єктом міждисциплінарних досліджень, серед фахівців, які вивчали дане явище в різний час, розглядаючи і його маніпулятивну сутність, є лінгвісти, журналісти, соціологи, політологи та психоаналітики (Баранов 1997, Верзін 2005, Кара-Мурза 1993 - 2013, Оломська 2011, Карасик 2000 і ін.). Дослідженню мовних жанрів мас-медійного дискурсу, різних комунікативних і лінгвопрагматичних аспектів теледискусії присвячені роботи Н.Д. Арутюнова, О.С. Іссерс, В.З. Дем'янкова, Т.А. ван Дейка, В.І. Карасика, Г.Я. Солганика та інших авторів. У роботах зазначених вчених аналізу піддається дискурс мас-медіа (як правило, дискурс друкованих видань). Однак телевізійний дискурс весь час змінюється, щоб адаптуватися до мінливої соціальної ситуації, тому дослідження не втрачають свою актуальність. Є кілька робіт, які присвячені специфіці кількох телевізійних жанрів: теледебатів (Іванова 2003, Андріанова 2013), телеінтерв'ю (Артем'єва 2000, Ухова 2001), ігрових програм (Канчер 2002, Ісаєва 2011), процеси синхронного продукування та сприйняття мовлення, його розуміння та інтерпретація, соціокультурна, ситуативна та контекстуальна зумовленість дискурсу тощо (Бацевич 2004, Залевська 2005, Кубрякова 2004, Левицький 2010, Лотман 2000, Славова 2012). У вітчизняній науці кількість досліджень телевізійних жанрів значно менша, ніж в англomовній через те, що англomовні ЗМІ та телебачення зокрема розвивалися динамічніше та почали досліджувалися значно раніше.

Таким чином, **актуальність** роботи визначена необхідністю дослідження наративу в сучасних телевізійних ток-шоу, виокремлення невербальних, лексичних та стилістичних засобів, що передбачає застосування комунікативного підходу до дослідження мовних феноменів.

Телевізійний дискурс як міждисциплінарна категорія постає не тільки як певний набір мовних і візуальних знаків, але і є специфічним дискурсом, що відображає складну семіотичну структуру взаємозв'язку вербальних і невербальних (візуальних) засобів в єдиному комплексі, об'єднану соціальним простором (Андріанова 2013, Дридзе 1984, Могилевська 2006).

**Мета дослідження** – аналіз наративу у сучасному мас-медійному дискурсі шляхом вивчення тематики та структури англomовних ток-шоу через призму дослідження вербальних та невербальних засобів наративного дискурсу таких ток-шоу.

Мета конкретизована у таких **завданнях**:

- розглянути дискурс ток-шоу як об'єкт лінгвістичних досліджень;
- прослідкувати еволюцію поняття «наратив» у філології;
- проаналізувати характерні особливості наративу сучасних телевізійних ток-шоу;
- проаналізувати тематики «Шоу Елен Дедженерес» та «Вечірнього шоу» з Джимом Фелоном;
- порівняти структури «Шоу Елен Дедженерес» та «Вечірнього шоу» з Джимом Фелоном;
- дослідити невербальні засоби презентації наративів у «Шоу Елен Дедженерес» і «Вечірнього шоу» з Джимом Фелоном.
- дослідити лексичні особливості наративів в «Шоу Елен Дедженерес» та Вечірнього шоу» з Джимом Фелоном.

- дослідити стилістичні особливості наративів в «Шоу Елен Дедженерес» та «Вечірнього шоу» з Джимом Фелоном.

**Об'єктом дослідження** є мас-медійний дискурс, який реалізується в жанрі англомовних ток-шоу.

**Предмет дослідження** – вербальні та невербальні засоби наративів у «Шоу Елен Дедженерес» та «Вечірньому шоу» з Джимом Фелоном.

**Методологічною основою дослідження** стали праці видатних науковців мовознавства та стилістики. Зокрема, праці З. Харріса «Дискурс-аналіз», П. Бурдьє «Про телебачення і журналістику», Є. В. Падучевої «Семантичні егоцентричні категорії мови», І. В. Троцук «Теорія і практика наративного аналізу в соціології».

У дослідженні було застосовано таку **методологічну стратегію**: описовий підхід, який допоміг проаналізувати мовні засоби наративу у «Шоу Елен Дедженерес» і «Вечірнє шоу» з Джимом Фелоном.

Структурний підхід став провідним для цього дослідження, адже завдяки йому описано структуру наративу мас-медійного дискурсу, яка включає в себе вербальні та невербальні засоби мовлення, охарактеризовано його вербальні та невербальні засоби, проаналізовано їх на прикладі сучасного ток-шоу.

**Наукова новизна** роботи полягає у тому, що у ній:

- 1) доповнюється та уточнюється поняття «наратив»;
- 2) описано та визначено тематику та структуру «Шоу Елен Дедженерес» і «Вечірнього шоу» з Джимом Фелоном;
- 3) проаналізовано структуру наративу «Шоу Елен Дедженерес» і «Вечірнього шоу» з Джимом Фелоном, виділено та охарактеризовано лінгвістичні характеристики наративу;
- 4) систематизовано вербальні та невербальні засоби наративу мас-медійного дискурсу на матеріалі «Шоу Елен Дедженерес» і «Вечірнього шоу» з Джимом Фелоном.

**Теоретичне і практичне значення** роботи зумовлене тим, що у ній описується наратив у сучасному мас-медійному дискурсі, а цей теоретичний матеріал може бути використаний в курсах теорії комунікації, наратології, стилістики та журналістики.

**Структура роботи** зумовлена поставленою метою та завданнями і складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаної літератури (92 позиції).

## **Розділ 1. Наратив у сучасному мас-медійному дискурсі**

### **1.1. Дискурс ток-шоу як об'єкт лінгвістичних досліджень**

У роботі розглядаються два основні теоретичні підходи до наративу в сучасному медіадискурсі як об'єкту такого дискурсу. У першому випадку наратив в медіадискурсі розуміється як тема (топiк) – формульна конструкція, що володіє ідеологічним зарядом, у другому – як подієвий конструкт, створений за певними правилами на основі ідеологічної обробки референціальної події. В рамках першого підходу можемо навести приклади досліджень з деконструкції наративу [52, с. 274] в медіа-орієнтованому виді дискурсу на основі корпусу фразеологізмів, гасел та ідеологічних наративів, заголовків і заголовних комплексів, згорнутих рекламних концептів і PR-послань, проverbsіальних аксіогенних подій, типових сюжетних ситуацій тощо. Загалом, такий підхід можна назвати системно-функціональним, що виражає універсальну наративну стратегію згортання (*involutio*).

У другому випадку інтерес для дослідників представляє подієва природа наративу як в структуралістському, так і постструктуралістському аспектах, коли наратив розглядається як текстова подія, створена за певною схемою на основі референціальної події. Дослідження наративу як події переходить до традицій структурного аналізу і класичного наративного аналізу сюжету. Ми розглядатимемо приклади досліджень наративів, описової та оповідної (подієвої) складових медіатекстів через мовні засоби вираження факту, оцінки та дескрипції, а також медіанарації як технології створення «м'яких» повідомлень за допомогою застосування спеціальних оповідних стратегій. Варто відзначити важливість розуміння події як локалізованої в певній (одноосібній або громадській) сфері. Даний підхід до наративу можна охарактеризувати загалом як функціонально-аналітичний і співвіднести з

нарративною стратегією розгортання (evolutio) як трансформацією «кінцевих формул» у вихідні семантичні фігури [48, с. 37].

В медіа-орієнтованому виді дискурсу відбувається процес нарративізації, який свідчить про розпад традиційних медіа цінностей, заснованих на принципах відображення фактів у вигляді моделі перевернутої піраміди [54, с. 156].

Структура нарративу за правилом «перевернутої піраміди», як правило, така:

- Основна думка, найважливіша інформація, необхідна для контакту з аудиторією.
- Допоміжна інформація. Корисна, але не головна.
- Висновки, висновок, подяки, все, що завгодно. Якщо глядачі дійшли до цієї частини, значить, висловлювання було справді вартісним.

Використання принципу «перевернутої піраміди» дозволяє вирішити відразу кілька важливих завдань:

- Миттєво привернути увагу до висловлювання або події.
- Відразу донести основну думку.
- Викликати інтерес у глядача.

Така теза ґрунтується на описі процесів медійного перетворення реальності: спрощення дійсності, заміни фактів фактоїдами і фейками, дераціоналізацією сприйняття світу, домінування нетекстового подання інформації, стандартизації реакцій на інформації, постановка замість фіксації факту тощо.

## 1.1. Дискурс ток-шоу як об'єкт лінгвістичних досліджень

Вербальна комунікація – це спілкування за допомогою слів або мовна комунікація, що передбачає взаємодію мови, мислення, суспільства і культури. Її становлення і теоретичне обґрунтування неможливе без вироблення загальних принципів в суміжних областях таких гуманітарних дисциплін, як прагмалінгвістика, психологія, соціологія, культурологія (Н.Д. Арутюнова, П. Грайс, Е.Л. Доценко, В. Г. Костомаров, Т. В. Мілевська, Ю.Є. Прохоров, П. Серіо, І.А. Стернин, Ю.С. Степанов, Дж. Остін, Н.І. Форманівська, Є.І. Шейгал).

Лінгвістика як наука про мову є однією з провідних дисциплін, які вивчають вербальні комунікаційні системи. Лінгвістичні дослідження спілкування не було об'єктом лінгвістичних досліджень до 1960-х років. Важливий напрямок лінгвістичних досліджень пов'язаний з бурхливим розвитком в останні десятиліття вивчення дискурсу як єдиного процесу центрального для комунікативної діяльності [5, с. 150]. Складність і багатогранність такого явища, як дискурс, та спроби виділити основні фактори, що впливають на його жанри та форми, досить швидко призвели до розвитку низки напрямків, що вивчають невласне мовні (крім граматики та лексики) фактори існування дискурсу.

Власне лінгвістичне вживання терміна «дискурс» вперше було використано в назві статті «Дискурс-аналіз» американського лінгвіста З. Харріса, опублікованій в 1952 р. [39, с. 35]. У науковий обіг цей термін увійшов майже через два десятиліття. У лінгвістичних дослідженнях термін «дискурс» означав становлення динамічного комунікаційного підходу як домінантного – на противагу традиційному структурно-семантичному [7, с. 87]. Перехід від поняття мови до поняття дискурсу був пов'язаний з прагненням ввести в класичне протиставлення мови і мовлення щось парадоксальне, «більш мовне», ніж сама мова, і водночас – більш формальне і тим самим «більш мовне» для

вивчення [7, с. 89]. Таким чином, з одного боку, дискурс мислиться як мова в контексті комунікативної ситуації, відповідно, з більш вираженим соціальним змістом у порівнянні з мовною діяльністю індивіда. З іншого боку, реальна практика дискурсивного аналізу, що бере початок з середини 1970-х років, переходить у площину дослідженням закономірностей розвитку комунікації. Перш за все об'єктом дослідження стає обмін репліками, що передбачає опис структури діалогічної взаємодії і продовжує цілком структуралістську лінію. При цьому для розрізнення поняття дискурсу і традиційного уявлення про текст як статичну структуру підкреслюється динамічний характер дискурсу. Даний лінгвістичний підхід розуміння дискурсивної теорії представлений перш за все в англійській науковій традиції і вченими континентальної Європи (Т. ван Дейк, Е. Бенвеніст, Ю. Габермас, В. Кашкін, А.Кібрік, Г. Кук, Д. Матесон, М. Фуко та ін.).

І. А. Стернин розглядає дискурс в широкому та вузькому сенсі – як комплексну комунікативну подію або як текст / розмову. Обидві інтерпретації неодмінно стосуються конкретних образів в певному контексті. Також дискурс розуміється дослідником як жанр, тип розмови і соціальна формація [65, с. 76].

Говорячи про багатозначність даного терміну, Т.М. Ніколаєва виділяє п'ять його найважливіших значень:

- 1) зв'язний текст;
- 2) усно-розмовна форма тексту;
- 3) діалог;
- 4) група висловлювань, пов'язаних між собою за змістом;
- 5) мовленнєвий твір як даність – письмовий або усний» [50, с. 54].

Таким чином, в найширшому розумінні дискурс – це поточна мовна діяльність в будь-якій сфері [24, с. 20]. Дискурс дійсно багатогранний. Однак інтерес до дискурсивних досліджень загалом лише поверхнево стосується ЗМІ. Можна сказати, що вчені, фактично займаючись ними, не відносять свої

дослідження до галузі дискурсології або наратології. Більшість робіт фахівців написано в руслі традиційної функціональної або дескриптивної стилістики (стилістики ресурсів) і культури мовлення.

У статтях і монографіях Ю.Л. Воротнікова, О.Б. Сиротиніної, М.П. Сенкевич, О.А. Лаптевої, В.Г. Костомарова дискурс радіо і телебачення аналізується як складова частина публіцистичного стилю. А.Д. Васильєв вживає термін «дискурс» і розглядає його в тому ж аспекті. Г.Я. Солганик зачіпає такий аспект дискурсивної теорії, як побудова зв'язного тексту.

Дискурсу ЗМІ, з точки зору його безпосереднього впливу на свідомість мас, присвячені численні книги С.Г. Кара-Мурзи [34], монографії С.П. Расторгуєва [58], лекції П. Бурдьє «Про телебачення і журналістику» [13] та ін.

Проте, досліджуючи лінгвістичний аспект маніпулятивного впливу в ток-шоу, необхідно взяти за основу визначення дискурсу згідно Н.Д. Арутюнової, оскільки в ньому особливо розглядаються комунікативний (як соціальна дія) і когнітивний (як механізм свідомості) елементи [5, с. 102].

Комунікативний елемент впливу – перебудова умов життєдіяльності та зміна самих соціальних відносин [5, с. 113].

Когнітивний елемент впливу – зміна шаблонів мприйняття у механізмах свідомості [5, с. 114].

У даний час в дослідженні дискурсу виділяються шість основних напрямів:

- 1) теорія мовленнєвих актів;
- 2) інтеракційна соціолінгвістика;
- 3) етнографія комунікації;
- 4) прагматика;
- 5) конверсаційний аналіз;
- 6) варіаційний аналіз.

Дискурс як складне комунікативне явище, «текст, взятий в подієвому аспекті» [36, с. 65], «мова, занурена в життя» [36, с. 70], передбачає наявність

діалогу між партнерами комунікації, бо останній є природним проявом активності «мовної особистості» [36, с. 74].

Ми можемо розглядати ток-шоу як дискурс, оскільки на сьогодні ток-шоу – це складна комунікативна система, яка використовує вербальні та невербальні засоби, наратив як засіб. Тому варто розглянути не лише поняття ток-шоу, а й його жанри. Такий вектор дослідження допоможе нам систематизувати теоретичні засади для аналізу структури та тематики досліджуваних шоу.

Зарубіжні дослідники зверталися не тільки до визначення ток-шоу як жанру або формату, а й виділяли його роль у розвитку телебачення і суспільства в цілому. Американські дослідники також займалися вивченням характеристик цього жанру. Доктор Вікі Абт, викладач соціології, і доктор Леонард Мастазза, викладач соціологічних наук, пишуть: «Жанр ток-шоу буде завжди актуальним, оскільки він володіє різноманітною тематикою, яка дозволяє обговорювати нагальні проблеми. Чим більш спірні думки, тим сильніше шоу. Сьогодні, в нашій громадській сфері ми бачимо становлення тренду жанру так званого «сміттевого телебачення», з його емоційністю, хаотичністю і низькопробністю. Десятки років телебачення було найважливішим ресурсом як інформування, так і розваги американців. Поруч з новинними програмами, різними шоу, комедіями, драмами і спортивними передачами, розвинувся жанр ток-шоу, який став основним джерелом програмування свідомості глядачів. Ток-шоу йшли в денний час, як джерело розваг для жінок і ветеранів війни, які перебували вдома в цей час. Донахью і Уїнфрі розвинулися як символи телевізійної культури, що дозволяють глядачам міркувати про життєві проблеми в комфортних умовах їх власних будинків» [92, с. 184].

Англійські дослідники П. Лунт і його колега Стенер пишуть: «Ми, як правило, бачимо три різних типи або категорії вечірніх шоу. Перші, такі як шоу Донахью, звертають увагу на громадське обговорення проблем суспільного неспокою. Інші, наприклад шоу Джеррі Спрінгер, зображують емоцію людей,

намагаються зосередитися на конфлікті і поведінкових таємницях людей. Треті, наприклад, шоу Опри Уїнфрі, мають терапевтичний підхід до особистих проблем» [85, с. 94].

Бернард Тімберген і Боб Ерлер вважають, що «обмін думками під час ток-шоу хоч і здається спонтанним, проте повинен бути чітко структурований» [88, с. 263]. Крім того, на думку американських дослідників, розмова на ток-шоу повинна відбуватися в реальному часі. «У прямому ефірі, в запису, або в повторі – ток-шоу завжди підтримує ілюзію того, що відбувається в теперішньому часі» [88]. Тим самим дослідники позначають ще одну найважливішу ознаку формату – єдність часу і дії. Бернард Тімберген і Боб Ерлер зазначають: «Телевізійна розмова» (television talk) і «ток-шоу» (talk show) або «телевізійна розмова сформувалася протягом півстоліття телевізійної практики і попередніх трьох десятиліть років радіої практики. Вона проходить без жорсткого сценарію, хоча добре спланована і незмінно ведеться диктором, ведучим або групою ведучих. Вона ґрунтується на тому, що соціолог Ірвінг Гофман назвав «свіжою розмовою»: розмова, яка здається спонтанною, незалежно від того, наскільки спланована або відрепетирована вона може бути насправді» [88]. Автори монографії з історії американського ток-шоу відзначають, що поняття «телевізійної розмови» набагато ширше, ніж «ток-шоу»: «телевізійні розмови позначають будь-який вид розмови на телебаченні: кулінарні шоу, книжкові огляди, оголошення на радіостанціях, канали покупок, конкурси, політичні розслідування в прямому ефірі. Телевізійне ток-шоу, на відміну від телевізійної розмови, - це шоу, яке повністю структуровано навколо акту розмови як такого» [88].

Можливість активної участі глядацької аудиторії в тому, що відбувається, британський дослідник А. Толсон відносить до феномену ток-шоу. На його думку, саме формати, в яких аудиторія не просто пасивно спостерігає, але «має можливість коментувати та втручатися, набувають особливого значення» [91].

Джошуа Гамсону дослідженні «Ухвалення ток-шоу: на телебаченні, в емоційному плані і в суспільстві» пише: «Існує досить мало досліджень, в яких ток-шоу називається сучасним громадським форумом, щось на кшталт телевізійних міських зборів» [81].

Соня Лівінгстон і Пітер Лунт заявляють, що «ток-шоу – це форум, на якому люди можуть говорити своїм власним голосом», «місце, де велика кількість життєвих дослідів зливаються воєдино для прийняття якогось спільного рішення» [85].

Паоло Карпіньяно і його колеги стверджують, що «ток-шоу підштовхують до покращень на основі альтернативних дискусій» [79].

Конфлікт – основна стратегія ток-шоу, де метою є примирити людей, що мають різні або протилежні думки.

Ток-шоу залучають заборонені теми до обговорення на телебаченні, що ставить під сумнів соціальні кордони і штампи [81]. Тепер потрапити на телебачення могли не просто люди середнього класу, але також і робочі, люди з найнижчим заробітком, - пише Джошуа Гамсон в своєму дослідженні.

Ребекка Піірто Хелс зауважує: «Розмова набуває динамічної, гострої форми саме на телебаченні, радіо та в інтернеті» [81]. Дослідник Ахмед Гілбі в роботі «Медіафаза» ток-шоу пише: «Один з відмінних методів і способів обчислення громадської думки – дзвінки в прямий ефір ток-шоу. Вони дозволяють оцінити зворотний зв'язок від аудиторії мас-медіа» [82].

Таким чином, дослідники усього світу загострюють увагу на типології ток-шоу. Вони виділяють і вивчають ті їх риси, які дозволяють залучити аудиторію до каналу. У наукових публікаціях вітчизняних авторів увага приділяється і систематизації жанру, вивчення його складових. Зарубіжні дослідники зосереджують увагу не на систематизації програм, а на аналізі тематик шоу. Але всі лінгвісти, які досліджували питання ток-шоу, провідну роль віддають вивченню аудиторії, її участі і можливості вираження власної думки в програмі.

## 1.2. Еволюція поняття «нарратив» у філології

Наративний поворот у соціальних науках почався в 1980-х рр. Його лейтмотивом стало твердження, що функціонування різних форм знання можна зрозуміти тільки через розгляд їх оповідної природи [1].

І. Н. Троцук називає нарратив «міждисциплінарним методологічним конструктом в соціальних науках» [69, с. 118], відзначаючи, що в психології нарративи допомагають зрозуміти ідентичність, в історії дозволяють наділяти сенсом минуле, в психоаналізі надають матеріал для аналізу, у філософії служать основою для формування нового бачення світу і організації спільнот; в соціології нарративи розглядаються як форми людської поведінки або соціальні дії [69, с. 119].

У сучасних дослідженнях нарратив осмислюється як особлива епістемологічна форма, як механізм, який «задає параметри повсякденного і визначає правила і способи ідентифікації об'єктів, які підлягають включенню в дискурсивний простір» [51, с. 332].

Медійний дискурс, тобто друковані видання (газети і журнали), електронна трансляція (телебачення і радіо), комп'ютерно-опосередкована передача інформації (засоби масової інформації), є видом інституційного дискурсу, і в наші дні він став найважливішим типом інституційного впливу влади на громадян [51, с. 293].

Сфера медіа – основне поле реалізації для інших інституціональних дискурсів (політичного, рекламного, мережевого та ін.), в зв'язку з чим ці види дискурсів можна вважати в певному сенсі медіа-орієнтованими.

Аналіз різних підходів до вивчення нарративу в таких дискурсах дозволяє виділити щонайменше два ключові підходи до нарративу як об'єкта дискурс-аналізу.

По-перше, у багатьох роботах позначається концептуальна (фреймова) природа наративу як надтексту (гіпертексту), здатного до процедур згортання / розгортання, експлікації у вигляді формульних мовних конструкцій, що мають явно виражену ідеологічну і аксіогенну спрямованість. Традиція вивчення медіанаративів як топіків (макроструктур) була започаткована Т. ван Дейком [20], який активно використовує її в аналізі політичного дискурсу [20, с. 85], медіадискурсу [20, с. 90], рекламного дискурсу [20, с. 101].

По-друге, становить інтерес подієва природа наративу і в структуралістському, і в постструктуралістському (дискурсному) аспектах (наприклад, з метою реконструкції вихідної події). Подієву природу наративу досліджують в аспекті логічного аналізу дискурсу.

Відштовхуючись від етимології слова *narrative* – «розповідь, оповідання» (англ., фр.), ми поділяємо позицію Францози про те, що наратив дорівнює сумі історії та сюжету, іншими словами, нарація – це акт мовлення [80, с. 137]. Існує думка, що термін «наратив» пов'язаний з латинським словом *gnarus*, тобто «знаючий», «експерт», «обізнаний в чому-небудь», висхідним, в свою чергу, до індоєвропейського кореня *gno* – «знати» [51, с. 340].

Поняття «наратив» відомо з часів Стародавньої Греції. Першим вченим, що виділив «наратив», був Аристотель, який вважав, що розповідь має шанси на успіх лише в тому випадку, якщо вона володіє драматичними якостями. Однак такий феномен наративу науковців зацікавив відносно недавно, що було пов'язано з так званою другою когнітивною революцією, яка отримала назву дискурсивного або наративного повороту [83, с. 70]. Починаючи з кінця ХХ століття, наростає різноманіття розуміння даного феномена і підходів до його вивчення не тільки в рамках лінгвістичних наук, а й в психології, філософії, соціології, літературознавстві, праві та медицині.

Аналіз лінгвістичних досліджень, присвячених наративу, дозволив виявити ряд напрямів, в яких такі дослідження велися:

- В соціальному дискурсі (С.М Біланчук) [11];
- В жанровому дискурсі (В.В. Дементьєв) [21];
- В психологічному дискурсі (С.Ю. Гуцол) [19];
- В історичному дискурсі (В.В. Зеленін) [27];
- У новинному дискурсі (В.А. Карпиленко) [38];
- В стилістичному дискурсі (Л. Нагорна) [49];
- В політичному дискурсі (О.В. Суший) [67].

В рамках кожного напрямку дослідники пропонують різне розуміння як сутності наративу та його структури, так і функцій.

Однак, загальноприйнятим в лінгвістиці є визначення, дане В. Лабовим, а саме: «Наратив – це один із способів репрезентації минулого досвіду за допомогою послідовності впорядкованих речень, які передають часову послідовність подій «...» наративи функціонують як еквіваленти одиничних мовних актів, таких як відповідь, вислів, претензія тощо» [84, с. 95]. Іншими словами, структура наративу передбачає наявність послідовності речень, що містять в собі пережитий досвід.

На думку В. Лабова і Дж. Валетскі, наратив повинен володіти такими лінгвістичними ознаками: обов'язкова наявність підрядних речень; віднесеність оповіді до минулого часу; наявність певних структурних компонентів, таких як орієнтування, тобто опис місця, часу дії, персонажів, а також ускладнення або конфлікту, потім оцінки, іншими словами, вираження авторського ставлення до подій, ускладнення і кодів (завершення розповіді та її віднесення до позиції «тут-і-тепер») [84, с. 106].

Подальший розвиток вивчення наративу пов'язано з підвищенням інтересу до поняття «текст», виникає нова дисципліна, що вивчає художній текст літератури – «лінгвістика наративу». Назва даного напрямку була запропонована у 1995 р Є. В. Падучевою. У своїй роботі «Семантичні егоцентричні категорії

мови» дослідниця розглянула поняття «традиційний наратив», під яким розуміється «форма оповіді від першої особи, де оповідачем є персонаж, і розповідь з екзегетичним оповідачем (умовно наратив третьої особи)» [53, с. 36]. Дослідниця вважає, що традиційному наративу протистоїть оповідна форма, яка отримала назву «вільний непрямий дискурс».

Відмінність традиційного наративу від вільного непрямого дискурсу полягає в тому, що в традиційному наративі аналогом мовця є оповідач, а у вільному непрямому дискурсі – персонаж. На думку Е. В. Падучевої, наратив від третьої особи звужує виразність мови, «будучи проекцією мови на редуковану мовну ситуацію», в той час як вільний непрямий дискурс дозволяє автору повернути деякі лінгвістичні можливості, втрачені в традиційному наративі, проте, не з оповідною, а з персональною інтерпретацією [53, с. 55].

Іншими словами, Е. В. Падучева вважає важливим виокремлення «особливостей вживання та інтерпретації мовних елементів в наративі» [53, 59]. Відзначимо, що велика деталізація у вивченні наративу представлена саме в літературознавстві, при цьому автори досліджень ставлять перед собою таку мету: вивчення авторської специфіки передачі взаємозв'язку між усіма подіями та їх описом, співвідношення простору і часу та інше.

Загалом, якщо розглядати наратив у вузькому розумінні цього терміна, то він являє собою літературну теорію структуралістичного спрямування, а в широкому розумінні – це теорія, яка дозволяє осмислювати тенденції і повороти, а також вивчає природу, форми, функціонування, правила створення і розвитку наративів [70, с.129].

В рамках лінгвокультурології наратив представляється як культурна модель. І. В. Алещанова розглядає наратив як стереотипне культурно-мовне утворення і пропонує таке розуміння: наратив – «соціально-сформована стійка мовленнєво-поведінкова модель передачі інформації про соціальний досвід поколінь (...), універсальна характеристика, притаманна в тому чи іншому

вигляді більшості культур» [1, с.77]. Дослідниця виділяє наративні тексти – казки, притчі, міфи, оповіді тощо, здатні фіксувати міфологічні і архетипічні компоненти. Для вивчення мас-медійного дискурсу та наративу надзвичайно важлива встановлена автором закономірність, що формується в процесі побудови оповідного тексту, яким наратор несвідомо користується, який зберігається в його пам'яті когнітивними блоками, що утворюють фрейм-сценарій наративу. Дана позиція підтримує теорію про випереджальний характер формування жанрового мислення в порівнянні зі стадією оволодіння національною мовою. «Наративна стратегія визнається однією з глобальних мовних стратегій у становленні мислення мовної особистості, мірою мовної компетентності, визначальними чинниками яких є предмет мовлення, авторська оцінка і фактор адресата» [1, с. 67].

Також існують інші підходи до розуміння терміна наратив. Наприклад, Е. А. Попова розуміє наратив як текст, «в якому розповідається про людей і події, які відбуваються з ними в тій послідовності, яка встановлюється мовцем» [56, с. 94]. Дослідниця поділяє наративні тексти на художні (проза) та на усні народні твори, щоденники, листи, літописи, побутові розмови з елементами розповіді й ін. При цьому виділяється літературний наратив, результатом якого виступає художній текст.

Наратив як сукупність складових, що характеризують мовну особистість і включають мовні компетенції, етнокультурну специфіку, комунікативну ситуацію, представлений в роботі І. В. Троцук «Теорія і практика наративного аналізу в соціології»: «наратив – ім'я певного ансамблю лінгвістичних і психологічних структур, що передаються культурно історично, обмежених рівнем майстерності кожного індивіда і сумішшю його соціально-комунікативних здібностей з лінгвістичною майстерністю (...) причому локальний репертуар наративних форм переплітається з більш широким

культурним набором дискурсивних порядків, які визначають, хто яку історію розповідає, де, коли і кому» [69, с. 82].

Як ми бачимо, представлені дослідження пропонують велику розбіжність в розумінні структури наративу, проте конститутивною ознакою є схема, запропонована Г. В. Білій і К. І. Симоновим: наратив = історія / фабула (підстава наративу, що дозволяє відрізнити наративні тексти від ненаративних) + сюжет (текст / дискурс + нарація) [9, с. 1251]. Таким чином, наратив детермінується сюжетом. Згідно з Ю. М. Лотманом, «сюжет являє собою потужний засіб осмислення життя. Тільки в результаті виникнення оповідних форм мистецтва людина навчилася розрізняти сюжетний аспект реальності, тобто розчленовувати недискретний потік подій на деякі дискретні одиниці, поєднувати їх з будь-якими значеннями (тобто тлумачити семантично) і організовувати їх у впорядковані ланцюжки (тлумачити синтагматично). Виділення подій – дискретних одиниць сюжету – і наділення їх певним змістом, з одного боку, а також певною часовою, причинно-наслідковою або будь-якою іншою впорядкованістю – з іншого, становить сутність сюжету» [45, с. 48].

Наратив може виступати інструментарієм у вивченні мас-медійного дискурсу. І. В. Палашевська розуміє під наративом «дискурсивну діяльність у процесі формування знання про юридично відповідний зміст події і осіб, які беруть в ній участь» [54, с. 153]. Виділяючи трирівневу структуру наративу сюжет – фабула – текст, дослідниця конкретизує: модельна подія співвідноситься з типовим сюжетом того, що відбулося, наративний – з фабулою. Сюжет – це абстракція, до якої учасники дискурсу піднімаються через фабулу (за допомогою міркувань, аргументації) [54, с. 155].

Мовна особистість, виступаючи наратором, тобто автором висловлювання, структурованого певним чином, може розглядатися в сукупності наступних компонентів:

- 1) філософсько-світоглядному (образна інтерпретація життя і його проблем, ідейно-естетична спрямованість творчості);
- 2) соціокультурному (відображення історично сформованого досвіду такої особистості);
- 3) аксіологічному (ціннісні орієнтації особистості: філософські, моральні, етичні);
- 4) прагматичному (цілі, мотиви, установки особистості);
- 5) вербальному (психолінгвістичний лексикон особистості, мовні потенції, здатності до асоціативно-образного словесного вираження);
- 6) психологічному (психічний склад особистості: її здібності, характер, темперамент, самооцінка, індивідуальний стиль мислення) [68, с. 88].

Всі перераховані фактори характеризують наратора як авторське «я», відображення якого підсумовується в наративі.

Тож наратив - це універсальний засіб людського повсякденного спілкування та універсальне явище людського соціального та культурного життя, що і зумовлює доцільність його всебічного наукового вивчення. Саме через це наратологія являє собою багатогранну науку, своєрідну точку перетинання майже усіх дисциплін. Наратив – це універсальний засіб людського повсякденного спілкування та універсальне явище людського соціального та культурного життя, що і зумовлює доцільність його всебічного наукового вивчення.

### 1.3. Характерні риси наративу у сучасних телевізійних ток-шоу

Для осмислення сучасних медіанаративів важлива загальна оцінка контексту сучасної масової культури – ідеології постмодерну. Існує традиція розуміння постмодерністських текстів як антинаративів, оскільки в них порушуються звичні причинно-наслідкові зв'язки, переважає візуальна семантика тощо [11, с. 41]. Згідно з іншою точкою зору, сучасні медіа (ЗМІ, кіно, телебачення) просто імітують постмодерністський стиль, а насправді «повністю рухаються в напрямку реалістичного оповідання», навіть в новинних програмах формуючи історії, побудовані з урахуванням логіки часу і простору [11, с. 44].

Причину збереження традиційних нарративних стратегій в дискурсі постмодерну австралійські дослідники пов'язують з тим, що виробництво і споживання медіатекстів підпорядковане економічній логіці ринку (маркетингу) і - ширше - капіталізму як суспільного ладу.

Також варто розглянути два принципових підходи до визначення дискурсу сучасної лінгвістики: формальний (структурно-орієнтований) і функціональний. При розгляді ток-шоу як окремого типу дискурсу ми будемо опиратися на параметри опису дискурсу, закладені в структурно-орієнтованому підході. В рамках даного підходу дискурс визначається як мовленнєвий твір, що розглядається у всій повноті його вираження (вербальному / невербальному) з урахуванням всіх екстралінгвістичних факторів, істотних для успішної взаємодії [47, с. 24] або як зв'язний текст в сукупності з екстралінгвістичними, прагматичними, соціокультурними, психолінгвістичного та іншими факторами [5, с. 115].

Оскільки об'єктом дослідження даної роботи є ток-шоу як окремий тип дискурсу, звернемося до дефініції ток-шоу. Слід зазначити, що даний термін запозичений з англійської мови і означає «розмовне шоу». Він утворився на

основі естрадного жанру [60, с. 302] і є сучасним аналогом теледискусії. В наш час такий жанр стосується актуальних проблем, важливих подій, що відбуваються в нашому житті, а також прецедентних випадків, є одним з найбільш поширених на телебаченні [60, с. 309].

Якщо розглядати такий тип дискурсу через призму стратегічного підходу, можна було б зарахувати його до персуазивних дискурсів, тобто до тих, чия первинна функція полягає в тому, щоб впливати на поведінку, погляди та емоційну оцінку адресата [42, с. 254].

Якщо брати до уваги прагматичний аспект, можна говорити про наступні функції ток-шоу:

- інформаційну;
- інтегративну;
- об'єднувальну;
- розважальну.

Говорячи про такий тип дискурсу, як ток-шоу, ми маємо справу з офіційною тематично фіксованою розмовою певної кількості людей, яка передбачає дотримання норм поведінки учасниками визначеної дискусії. До учасників дискусії відносяться: адресант, він же ведучий, адресат-аудиторія, яка представлена гостями в студії, телеглядачами, а також користувачами комп'ютера (більшість ток-шоу можна дивитися online). Між комунікантами формуються ієрархічні та соціальні відносини. Ми розглядаємо саме аудиторію телеглядачів як адресат-аудиторію.

Для більш докладного опису комунікантів ток-шоу і їх відносин звернемося до схеми, розробленої Н.В. Митарєвою для дискурсу інтерв'ю [48, с. 38]. Ця схема ілюструє відносини учасників ток-шоу: в перше інтерактивне коло входять ведучий, опитувані і присутні глядачі, які беруть активну участь в обговоренні проблеми, якщо це дозволяється. Крім того, співрозмовники можуть розширити коло учасників. Вони посилаються на третіх осіб, наводять

цитати. Т. Г. Винокур визначає дані випадки як вторинну комунікацію, яка, з точки зору змісту, являє собою переказ чужої мови, яка вносить певні лексико-граматичні та стилістичні особливості [14, с. 48].

Друге інтерактивне коло складають телеглядачі, а також присутні в студії, які не беруть участі в розмові.

Необхідно відзначити, що глядач представлений в обох інтерактивних колах. Його представники, які знаходяться серед публіки, мають можливість активно брати участь в дискусії. Так, деякі глядачі отримують можливість задавати питання гостям програми. В даному випадку їх участь можлива технологічно: вони або присутні в студії, або телефонують, або надсилають питання електронною поштою, через сайт програми тощо. [Е.Ю. Єнін, 2006]. Питання глядачів, які не присутні в студії, Е. Ю. Єнін називає «зворотним зв'язком». В цьому випадку, вважає він, глядачі з пасивних «одержувачів» інформації перетворюються в повноцінних учасників розмови. Питання від глядачів в студії можна також умовно назвати зворотним зв'язком, оскільки ці люди грають роль делегатів всієї глядацької аудиторії [25, с. 132]. Роль слухача в ток-шоу підкреслює наявність аудиторії та її активну участь в проведенні передачі. Виняток становлять ток-шоу, в яких глядачам, присутнім в залі, не надається право слова, а їх основним завданням стає створення емоційного фону [25, с. 135]. При цьому їм дозволяється вдаватися до будь-яких можливих в даній ситуації невербальних компонентів комунікації.

Таким чином, ток-шоу можна розділити на дві групи:

- з активною участю глядачів;
- з пасивною участю глядачів.

Другим важливим параметром при описі будь-якого дискурсу є наявність ситуації спілкування. В даному випадку важливий також канал спілкування: тобто безпосередня присутність гостей і експертів в студії або опосередковане

спілкування за допомогою різних технічних засобів, таких як телефон, комп'ютер тощо.

Наступний компонент дискурсу – текст. В даному випадку він може розумітися як єдиний текст, або макротекст, що створюється в реальному часі усіма учасниками дискусії під контролем інтенції і задуму модератора, який вибудовує черговість висловлювань гостей в ланцюжок аргументів і контраргументів так, що їх сукупність веде до висновку, який відповідає його власній позиції. Необхідно підкреслити, що для реалізації своєї інтенції ведучий дотримується обраної стратегії, в рамках якої він вдається до певних тактик, що є, фактично, текстоформувальними.

Композиційна структура ток-шоу стабільна і має зачин, основну частину, яка включає в себе розвиток, кульмінацію і розв'язку [48, с. 40].

Зачин ток-шоу включає:

- 1) вітання телеаудиторії ведучим;
- 2) позначення теми ток-шоу (як правило в зачині ток-шоу немає остаточно сформульованої головної тези. Тема для обговорення лише позначається, дуже часто це робиться у вигляді питання);
- 3) представлення гостей (і експертів).

Назва ток-шоу також грає важливу роль. Коли ми спираємося на результати макроструктурного аналізу, можемо встановити, що дуже часто назва програми імпліцитно включає в себе задум цілого дискурсу, тобто позицію ведучого до об'єкта дискусії.

Основна частина ток-шоу включає в себе діалогічний розвиток теми. Саме діалогічний розвиток теми, а також постійна зміна мовця визначають специфічну послідовність аргументів і контраргументів.

Динаміка ток-шоу забезпечується завдяки ведучому, який зіштовхує протилежні точки зору та спонукає давати коментарі з того чи іншого питання.

Наступний крок у розвитку ток-шоу полягає в тому, що ведучий узагальнює інформацію і близькі для нього точки зору, повідомлені раніше з тим, щоб гості та глядачі не втратили нитку розмови. Крім того, він дає відправну точку для подальшого обговорення, виводячи його на новий рівень. В дискусії беруть участь не лише мовці, а й телеглядачі. Ведучий може вдаватися до провокаційних висловлювань, контраргументів, які підтримуються бурхливими оплесками або несхвальними реакціями, що в свою чергу спрямовують дискусію за потрібним вектором.

Розв'язка, як правило, складається з наступних елементів:

- 1) слів подяки ведучого на адресу всіх гостей;
- 2) позначення теми наступної програми;
- 3) слів прощання.

Спроба представити текст ток-шоу як єдиний цілий текст, що виникає ніби-то спонтанно / стихійно в реальному часі під контролем інтенції ведучого, що керується заздалегідь підготовленим сценарієм і реалізує певні тактики, дозволяє підсумувати наступне: не можна переоцінити роль ведучого в процесі породження тексту, оскільки він є, фактично, автором мовного твору, а кожен учасник дискусії робить свій внесок в його створення і розвиток головної теми у вигляді окремих висловлювань, гармонійно введених в загальну канву обговорення.

Таким чином, вечірні ток-шоу – це розмова ведучого з медійною особистістю. Розмова відбувається в спеціальній студії на очах у глядачів програми. Відмінною рисою таких ток-шоу є легкість і простота в спілкуванні, стирання кордонів між глядачами, ведучим і гостями шоу. Завдяки цим рисам, піджанр ток-шоу, зародившись в 60-х рр. ХХ, менш ніж через 20 років отримав світове поширення і вигідне розташування в ефірній сітці, що свідчить про популярність та успіх програм ток-шоу. Несподівані питання до гостей, прив'язка до актуальних подій культури, політики і спорту, вечірня пора виходу

в ефір (prime time), іронія над гостями, думка популярних людей в індустрії заданої теми, наявність музичних заставок, участь глядачів у зйомках, ретельне опрацювання матеріалу дозволили ток-шоу отримати широку підтримку від глядачів.

### **Висновки до Розділу 1**

Вербальна комунікація – це спілкування за допомогою слів або мовна комунікація, що передбачає взаємодію мови, мислення, суспільства і культури.

У першому розділі було проаналізовано наратив у сучасному мас-медійному дискурсі шляхом виокремлення дискурсу ток-шоу як об'єкта лінгвістичних досліджень, розкриття еволюції поняття «нاراتив» у філології та аналізу характерних рис наративу у сучасних телевізійних ток-шоу.

Вивчивши та проаналізувавши дискурс ток-шоу як об'єкт лінгвістичних досліджень, можемо зробити висновок, що дискурс ток-шоу – це основний процес комунікативної діяльності ведучого, гостей та глядачів ток-шоу.

Розкривши еволюцію поняття «нاراتив» у філології, було визначено поняття наративу як міждисциплінарного методологічного конструкта в соціальних науках, у загальному значенні, та як особливу епістемологічну форму, як механізм, який задає параметри повсякденного і визначає правила і способи ідентифікації об'єктів, які підлягають включенню в дискурсивний простір, у вузькому значенні.

Проаналізувавши характерні риси наративу у сучасних телевізійних ток-шоу, було визначено поняття ток-шоу – це жанр масмедіа, під якою розуміється теледискусія, яка стосується актуальних проблем, важливих подій, що відбуваються в нашому житті, а також прецедентних випадків, є одним з найбільш поширених на телебаченні. Рисами ток-шоу є: інформаційна, інтегративна, об'єднувальна та розважальна функції.

Таким чином, можемо підсумувати, що дискурс ток-шоу – це різнорівнева система мовних та мовленнєвих засобів і тактик комунікацій, які реалізуються через наратив у сучасних ток-шоу, які інформують аудиторію, інтегрують мовні засоби, об'єднують та розважають аудиторію у царині дискурсу ток-шоу.

## **Розділ 2. Тематичні та структурні особливості «Шоу Елен Дедженерес» і «Вечірнього шоу з Джимом Фелоном»**

Late-night show – піджанр ток-шоу. Це шоу комедійно-спрямованого плану, що складається з інтерв'ю та водевілю. Цей жанр журналістики має свій формат, а саме вечірній час виходу, наявність постійного ведучого і обов'язкову присутність глядачів і гостей (одного або декількох) в кожній передачі. Під час розгляду компонентів вечірніх шоу, ми будемо звертатися до поняття формат, а при вивченні і систематизації late night show як різновиду ток-шоу – поняття жанр ток-шоу. Формат – це «стиль чи спосіб організації чи уявлення» телевізійного продукту. З'явився він саме для того, щоб захистити оригінальний проект від незаконної адаптації та копіювання. Як зауважують Моран А. та Малбон Дж., формат – це рецепт приготування телевізійної страви [86, с. 20]. Жанр ток-шоу – це вид «дискусії, обговорення будь-якого питання, в якому беруть участь запрошені до студії глядачі» [86, с. 36].

Звертаючись до історії, варто зазначити, що жанр Late night show зародився в Америці. За відносно короткий час він став надзвичайно популярним у багатьох країнах.

Канонічний формат вечірнього шоу передбачає наявність ведучого, гостей в студії, глядачів. Головна роль у вечірніх шоу відведена ведучому. Він виступає як з класичними монологам, знятими крупним планом, так і з виступами в жанрі стендап. Гостями шоу є, в основному, відомі люди зі світу політики, шоу-бізнесу. Ведучий розмовляє з одним бо одночасно відразу з декількома гостями. Манера спілкування – невимушена. Зазвичай місце спілкування – диван.

Обов'язковим компонентом Late night show є живий музичний супровід – інструментальний оркестр, що реагує на репліки ведучого і виконує звуковий супровід тематичних блоків шоу. Музичний супровід може бути прив'язаний до

тієї чи іншої події / фільму, в якому брав участь гість програми. Закінчується випуск живим виступом запрошеного популярного музичного колективу або виконавця.

Час виходу програм – з понеділка по п'ятницю після 23 години вечора. Шоу транслюються в записі і тривають близько 45 хвилин. Деякі Late night show виходять один раз на тиждень або на вихідних.

Перше шоу вечірнього жанру – «Шоу Еда Саллівана». Воно транслювалося на каналі CBS (США) в період з 1948-1971 року. Постійне місце трансляцій – Нью-Йорк. Іноді ефіри велися із Великобританії, Австралії чи Японії.

Батьківщиною night-show є Америка. З плином часу нові програми з'являлися на телеканалах. Деякі існували довго (наприклад шоу «Late Night with Conan O'Brien» виходило в ефір з 1993 по 2003 рік, а програма «The Tonight Show Starring Johnny Carson» транслювалася з 1962 по 1992 роки). Сьогодні виходить 29 вечірніх ток-шоу на різних каналах США [86]. Всі вони йдуть в різний час і дні тижня. Так, аналізуючи дані з програми, ми прийшли до висновку, що більший відсоток шоу починається в період з 11 до 12 години вечора (18 шоу, тобто 62% від загального числа), 22 ток-шоу йдуть тільки в будні дні, що становить 76% від загальної кількості програм. Тобто на основі отриманих даних можна зробити висновок, що для американських night-show характерно час виходу з 23:00 до 00:00 години ночі в будні дні.

## **2.1. Тематична орієнтація «Шоу Елен Дедженерес» і «Вечірнього шоу з Джимом Фелоном»**

### **2.1.1. Тематика «Шоу Елен Дедженерес»**

«Ellen DeGeneres Show» – це американське розважальне ток-шоу, одне з найпопулярніших в Америці. Перший епізод шоу вийшов 8 вересня 2003 року, і на 2018 рік всього налічується 16 сезонів і 3000 епізодів (на травень 2021 року). Перші п'ять сезонів шоу записувалися в Studio 11 на NBC Studios, потім, починаючи з шостого сезону, на Warner Bros. Studios, Burbank, California [89].

Шоу отримало величезну кількість нагород – 166 номінацій на премії «Daytime Emmy Award», з них в 61 номінації шоу виграло. Це перевершило навіть попередній рекорд Опри Уінфрі та її шоу. Канал, на якому виходять епізоди шоу, входить в ТОП-20 найпопулярніших каналів на YouTube. У травні 2019 Елен Дедженерес підписала контракт на продовження шоу до 2022 року.

Це шоу містить в собі всі обов'язкові елементи формату, але при цьому воно найоригінальніше і в деяких моментах навіть несхоже на інші аналогічні шоу. Головні елементи кожного випуску – інтерв'ю з відомими людьми, стендап від ведучої, наявність величезної кількості рубрик та інтерактивів, а також участь глядачів у них. Варто відзначити, що це єдине шоу з досліджуваних нами, у якому дарують призи та подарунки, причому часто дуже цінні. Наприклад, під час акції «Twelve Days of Giveaways» глядачі отримували призи на суму близько 1000 доларів 12 епізодів поспіль. Це одна з причин, чому шоу стало таким популярним. Потрапити глядачем в студію дуже непросто, надто багато бажаючих. Люди заповнюють анкету на участь та за запрошенням приїжджають з різних міст країни, але місця вистачає не всім. Через це навіть була створена спеціальна окрема студія поруч зі знімальним майданчиком,

оснащена екранами, на яких транслюється шоу в прямому ефірі. Люди, яким не вистачило місця в залі для глядачів, дивляться шоу в цій студії.

Дедженерес дуже часто проводить інтерактиви з глядачами, вони беруть участь в міні-конкурсі і отримують подарунки. Також за допомогою програми Елен можна стати знаменитим, продемонструвавши свої таланти, або навіть познайомитися із зіркою.

З методичної точки зору, найбільш значущим буде використання як зразка усного неформального спілкування тієї частини програми, в якій ведуча розмовляє з гостями ток-шоу про недавні події їхнього особистого життя або суспільно-політичного життя Америки. Розмова здійснюється у форматі дружніх посиденьок (sit-down chat) і, як правило, має тривалість 58 хвилин. В якості гостей найчастіше запрошують відомих публічних людей, але можуть запрошуватись і прості американці.

В студії, як і в інших шоу цього формату, можна чітко виділити три зони. У першій розташовується стіл ведучий і диван гостя, розташовані один навпроти одного. У деяких випадках таке розташування викликає ряд асоціацій із прийомом у психолога. У другій зоні сцена з музичним гуртом, третя – зона телеглядачів.

Сценарний план передбачає кілька етапів: у першій частині програми ведуча робить огляд важливих подій, що відбулися за день, дає їм гумористичні коментарі, потім переміщується за стіл, де перемовляється з співведучим або розповідає якийсь іронічний випадок із власного життя. У другій частині програми ведуча спілкується з гостем, ставить йому питання, реагує на репліки. Третя частина ток-шоу музична, де ще один гість ефіру виконує музичну композицію разом із постійним гуртом шоу, про який ми говорили раніше.

«The Ellen DeGeneres Show» можна віднести до суспільно-політичних шоу, як гості там нерідко з'являються політики першої величини. Наприклад, в одному із випусків героєм вечірнього шоу став президент США Барак Обама.

Крім того, гостями шоу ставали Дональд Трамп, Білл Клінтон, Джон Маккейн та інші.

Виконавчі продюсери – Елен Дедженерес, Мері Коннеллі, Ед Главін, Енді Ласнер і Джим Параторе. До складу сценаристів увійшли Карен Кілгаріфф (колишній головний сценарист), Карен Андерсон, Маргарет Сміт і Дедженерес.

Головною особливістю цього шоу є не просто наявність співведучих, а співведучого-діджея. Саме він відповідає за музичну складову програми, а співаки та гурти не запрошуються. За час існування ток-шоу змінилося кілька діджеїв. Найголовнішим і визнаним з них став Тоні Окунгбова.

Після аналізу основних характеристик програми ми можемо сказати, що «The Ellen DeGeneres Show» є в своєму роді «оригінальним жанром», але при цьому шоу наповнене різними рубриками, інтерактивами, конкурсами із призами. Ми також можемо відзначити, що якби вітчизняні програми і шоу інших країн переймали будь-які структурні складові, то їх шоу виразно ставали більш успішними.

### **2.2.2. Тематика «Вечірнього шоу» з Джимом Фелоном**

Вечірнє шоу є «The Tonight Show Starring Jimmy Fallon» на каналі NBS з'явилося в лютому 2014 року. Вечірнє шоу Джима Фелона за показниками своєї аудиторії випереджало багато інших програм завдяки молодим глядачам. Вечірнє шоу має дві нагороди. У 2014 році шоу отримало приз як Видатна розважальна програма, а в 2015 – за видатний досвід в громадському телебаченні.

Джим Фелон майже всю свою професійну кар'єру провів на каналі NBC. Почавши з програми гумористичних скетчів Saturday Night Live, він перейшов на Late Night. За цей час ведучий заробив репутацію веселуна, який буде сміятися над будь-жартом. Багато хто вважає цю рису характеру коміка

надуманою, але якщо поглянути на роботу Фелона в SNL, де він регулярно виходив з образу, не в змозі контролювати сміх, буде очевидно, що його радість цілком щира. Джим часто піддавався критиці з причини аполітичності своїх монологів: глядачі також були незадоволені тим, що він не поставив кандидату-Трампу, який прийшов на програму в 2016, жодного серйозного питання.

Більшу частину ток-шоу складають ігри та скетчі, в яких беруть участь гості. В архівах можна побачити Крістіну Агілеру, що пародіює голос Брітні Спірс, дізнатися про те, що Дженніфер Лоуренс одного разу випадково випила снодійне перед знімальним днем, а також побачити, як Кім Кардашьян намагається на дотик зрозуміти, що знаходиться в коробці. Джим бере участь у всіх іграх, демонструючи не тільки відмінні вокальні та акторські здібності, але й ентузіазм.

«The Tonight Show Starring Jimmy Fallon» - американське вечірнє розважальне ток шоу в жанрі «late-night talk show». Творцями шоу є Стів Аллен, Дуайт Хеман і Уїлльям О. Харбака. Історія шоу налічує понад шістьдесят років на телебаченні США і більш десяти змінних ведучих за цей період. Назва програми змінювалося разом з приходом нового ведучого.

Перший епізод (в США «випуск» називають «episode») шоу вийшов 27 вересня 1954 року під назвою «The Tonight Show Starring Steve Allen» на каналі NBC. Стів Аллен став першим ведучим програми. Його робота на шоу тривала до 1957 року. Уже тоді формат ток-шоу був сформований, він практично не змінився і в наш час.

У 2014 році в програму прийшов новий ведучий – Джимі Фелон. Перший випуск був показаний 17 лютого 2014 року. З тих пір ток-шоу носить його ім'я і є найпопулярнішим серед вечірніх ток-шоу на американському телебаченні. Зйомки програми проходять в центрі Рокфеллера в Нью-Йорку. В ефір шоу виходить по буднях о 21:35 годині вечора на телеканалі NBC. Цей телеканал є одним з головних в країні, і рейтинги ток-шоу стрімко ростуть.

Джимі часто говорить про те, як йому пощастило запросити до себе в програму «The Roots», адже саме він запросив цих хлопців в програму. Для нього було важливо зробити свій прихід в шоу максимально феєричним і зібрати команду професіоналів.

Ефектний вихід з ширми ведучого до глядачів відкриває вступну частину шоу – стендап з поданням новин. Це загальне поняття елемента даного формату. Назва ж варіюється у кожному новому шоу. Ведучий виходить до глядачів, щоб розповісти про останні новини. Це можуть бути події з найрізноманітніших сфер: політика, наука, мистецтво, соціальна сфера. Проте, тут ви не побачите жорсткої подачі інформації. Шоу, які йдуть в проміжку 21-00:30 годин вечора, націлені лише на розвагу глядача. Ведучий подає новину, «приправляючи» її гумористичним коментарем. Фелон дуже щедрий на жарти, іронію і сарказм: «President Trump met with Kanye West at the White house. You told me 10 years ago Trump and Kanye would be meeting at the White house, I'd have said 'Oh my god Kanye becoming president'» [93].

Якщо початок програми в більшості випадків залишається незмінним, то подальший сценарій часто піддається змінам. Це залежить від пори року, різних національних свят, світових подій.

Наприклад, перед Новим роком шоу Фелон виходить у вигляді спогадів кращих моментів програми: в студії записується монолог Джимі, а далі монтується нарізка з уже показаних в ефірі випусків шоу.

Чільне місце в програмі займають рубрики або, як їх називають західні колеги, сегменти. Це досить зручний і гнучкий структурний елемент, який дозволяє втілити на шоу будь-яку задумку. Рубрики саме на late-night show трохи відрізняються від класичного розуміння цього слова. Тут рубрика може «ожити», отримати своїх героїв, відмінні риси і свою історію.

Будучи, насамперед, розважальним шоу, програма втілює гумор в різних формах. І сегменти з успіхом дозволяють це зробити. Звернемося до рубрик в «The Tonight Show Starring Jimmy Fallon».

Це мікс абсолютно різних жанрів. Скетчі на тему політики, знаменитостей, світових подій. Більш того, знаменитості теж в них беруть участь. Зазвичай скетчі плануються заздалегідь сценаристами. Зйомки проходять окремо від основного знімального процесу в студії. Запрошеними акторами часто стають гості того випуску, в якому буде показаний скетч. Втілення такого жанру досить популярні серед глядачів, оскільки, окрім того, що вони бачать ведучого в іншій іпостасі, в ток-шоу з'являються відомі аудиторії люди, які теж інтегруються в програму.

Фелон як комедіант блискуче виконує будь-які ролі в скетчах. Постійний скетч «EW» викликає у глядачів захват. Джими грає дівчинку Сару, яка веде своє власне ток-шоу в підвалі будинку. Ведучий в білій перуці, дівочій сукні в квіточку і з брекетами неймовірно перевтілюється і відіграє свою роль. Також до неї в гості приходять знаменитості, які теж приміряють роль персонажа. У випуску від 26.07.2018 в гості до Сари прийшла Брітні Спірс, а точніше її героїня Ебігейл.

## **2.2. Порівняння структури «Шоу Елен Дедженерес» та «Вечірнього шоу» з Джимом Фелоном**

### **2.2.1. Структура «Шоу Елен Дедженерес»**

Шоу «The Ellen DeGeneres show» починається з музичної заставки і появи ведучої голосом за кадром: «And here is now Ellen Degeneres» («Зустрічайте Елен Дедженерес»). Привітання телеаудиторії ведучою Елен Дедженерес відбувається за допомогою наступних мовних кліше: «Thank you so much.// Good to see you // Good // Oh, good» [94].

Ведуча дякує телеаудиторії за бурхливі овації і висловлює глибоку взаємну симпатію: «Oh, My God. Thank you so much. I feel the same about you. You are the best audience» [95].

На даному етапі відбувається встановлення позитивного настрою і налаштування до себе публіки. Ведуча дякує глядачам за їх присутність в залі: «Thanks for being here» [96] і представляє їм своїх «колег», людей, що відповідають за супровід музичної заставки, відеозйомку тощо, звертаючись до них з вигуками: «Thank you so much. I know no one is perfect but he is...» [97].

Далі відбувається перехід до наступної композиційної структури, а саме до позначення теми програми. Монолог часто наповнений елементами комічного: «Here is some else I am gonna show you because I saw and if I see it you have to see it. I apologize but I saw it and you have to see it» [98].

Ефект комічного досягається інтонацією вимови даних висловлювань, виділенням важливості самої теми, яка реалізується повтором слів «you have to see it». Провідна заздалегідь просить вибачення «I apologize» з урахуванням того, що, можливо, обговорення зачепленої теми шокує публіку або обговорення цієї теми буде комусь неприємним. В цьому проявляється коректність мовного підведення ведучою.

Далі відбувається позначення теми: «This is new show on TLC called «The Virgins 'diaries». Have you heard about this? It starts this Sunday» [99]. Слід зауважити, що в монологі завжди присутні риторичні звертання до публіки: «Have you heard about this?» [100].

Варто зауважити, що жоден публічний виступ у The Ellen DeGeneres show не проходить в ідеальних умовах, для того щоб «оживити» і зацікавити телеаудиторію в ток-шоу, досягти кульмінації ток-шоу використовуються провокаційні питання, які можуть торкатися абсолютно будь-яких тем, обговорення яких може бути неприйнятним та неприємним для гостя.

Визнання таких питань некоректними може спровокувати гостя до агресії до ведучої та призвести до конфліктної ситуації. Для запобігання комунікативної невдачі і продовження розмови в позитивній обстановці ведуча використовує такі тактики: переключення теми «Ok, Let's talk about your film better» [101], солідаризація з гостем «I'd also think so» [102], переведення обговорення «серйозної» теми в «не серйозну» у вигляді комічного тону.

Інтригуюча кінцівка, де слухачам пропонується самим зробити висновок. За допомогою попередньої розробки сценарію ток-шоу телеглядач представляє себе безпосереднім учасником теледискусії: «Find out who you are and be that person. That your soup was put on this Earth to yourself. Find that truth, live that truth and everything else will come. [103].

Також на цьому етапі ми можемо бачити звернення до аудиторії, яке може містити подяку та комплімент: «And this year, you have to make a resolution, right now. My goal is to make the show better, for you. [104]. Репутація ведучої та особиста симпатія телеглядача надає цьому виразу особливої значущості.

Отже, за стилістичною ознакою ток-шоу «The Ellen DeGeneres show» відноситься до телевізійних програм «розмовного» жанру.

Однак, віднесення жанру ток-шоу до «розмовних» є суто умовним, оскільки мова телебачення – це публічний різновид усної літературної мови, не дивлячись на те, що в ній широко використовується розмовна лексика, і вона схожа на розмовну за своєю будовою .

Таким чином, дискурс ток-шоу «The Ellen DeGeneres show» як певний набір правил і обмежень мови всіх учасників безпосередньо залежить від структури шоу, яке має зачин, кульмінацію і розв'язку. Ведуча Елен Дедженерес та її гості звертаються до аудиторії, обговорюють актуальні в суспільстві теми і особисті питання. Ток-шоу «The Ellen DeGeneres show» також має формальний початок і кінець, і кожна окрема розмова з гостем містить обмежену кількість емоційних кульмінацій.

### 2.2.2. Структура «Вечірнього шоу» з Джимом Фелоном

Ток-шоу починається з вступного ролика-заставки. У ньому показуються види нічного Нью-Йорка, за яким йде сам ведучий програми. Закадровий голос оголошує гостей і учасників шоу. Вони також показуються на вулицях міста. Потім камера плавно переходить на логотип каналу NBC, який можна помітити на стіні одного з будинків. За контекстом глядач розуміє, що ця будівля – місце зйомок шоу. У нього і заходить Джимі Фелон. Камера переходить в студію. Джимі Фелон не відразу знаходиться в студії. За оголошенням свого помічника ведучий виходить в зал із лаштунків під музичний супровід оркестру.

Ток-шоу починається з обговорення новин про політику, про спорт та ін. Сміливі саркастичні роздуми ведучого про світові події супроводжуються закадровим сміхом, коментарями співведучого, відео-добірками. Ведучий при цьому стоїть посеред студії. Потім камера перемикається на оркестр. Музиканти знімаються середнім планом. На цьому завершується перший змістовий блок ток-шоу. Далі ведучий сідає за стіл. На задньому плані декорації – вікно з видом на нічний Нью-Йорк. У цьому блоці є спеціальні рубрики, наприклад, «перший мем». У кожній рубриці є своя відеозаставка. Рубрики закінчуються музичним виступом оркестру. При цьому на екрані з'являється логотип шоу. Наступний блок – інтерактив для гостей. Він також знімається в студії.

Завдання для зірок завжди різні. При цьому в студії з'являється екран, якщо цього вимагає завдання. Так в 1-му випуску за 2018 ведучий і гості шоу грали в комп'ютерну гру, в 9-му зображували музичний виступ, в 33-му випуску ведучий влаштував уявний інтерактив, підписуючи листівки-подяки. Одну з них він присвятив для Дрю Берімор, без участі самої актриси, а потім разом із зіркою пробував нову серію косметики. Після закінчення цього блоку знову звучить музичний супровід від оркестру. Далі починається блок інтерв'ю.

Вихід гостя показують тільки в межах залу. Що відбувалося за лаштунками – не транслюється. При появі гостя глядачі аплодують стоячи. Як правило, в шоу беруть участь 2 гостя. Тому інтерв'ю займає 2 блоки в програмі. Вони розділені музичною паузою в студії, а також рекламною паузою в ефірі телеканалу. Останній блок «The Tonight Show Starring Jimmy Fallon» – музичний. Ведучий запрошує популярних виконавців представити глядачам свій новий хіт, часто це буває саме прем'єра треку або презентація альбому. У фіналі шоу ведучий прощається з глядачами як усно, так і фізично. Він йде в зал до глядачів і «дає п'ять» всім до кого може дотягнутися.

Манера поведінки ведучого – жестикуляція, він в міру емоційний, рівнозначно користується мімікою і жестами. Помітна його легка розслабленість і впевненість в собі, добродушність. Часто підкріплює свої слова пантомімами. Наприклад, в рубриці «First meme». При інтерв'юванні користується записами на папері. На програмі п'є чай, воду та інше. Мова Джимі Фелона чітка, в швидкому темпі. На програмі спілкується не тільки з гостем, а й з співведучим і диригентом оркестру. Його мова підкріплена фотографіями, які він роздруковує і показує глядачам, гостю. Свою позицію чітко пояснює.

На початку ток-шоу ведучий вибігає з лаштунків, але не підходить до глядачів. В кінці шоу ведучий прощається з глядачами в залі особисто, «давши п'ять» багатьом з тих, хто сидить в студії.

Сам ведучий входить в студію під оголошення напарника. Напарник ведучого, помічник стежить за ходом програми, аплодує, дає коментарі, веде діалог з Джимі Фелоном. На шоу він досить часто буває в кадрі.

Гість – видатна людина. Як правило, на момент зйомок у нього в житті відбувається якась важлива подія. Наприклад, вихід фільму, книги, день народження та інше.

Також в кожному шоу Джімі Фелон присутній інтерактив з кимось із запрошених на інтерв'ю гостей. В кінці кожного шоу є музичний виступ-презентація. Артисти наживо виконують свої нові треки. Але при цьому в шоу можлива фонограма мелодії.

Протягом усієї програми ведучий майже не звертається до залу, до глядачів. Зазвичай глядачів показують загальним планом, охоплюючи весь або більшу частину залу. Коли в студії з'являється гість – глядачі стоячи вітають його оплесками.

### **2.3. Диференційні ознаки «Шоу Елен Дедженерес» та «Вечірнього шоу» з Джимом Фелоном**

Ми проаналізували 126 випусків програми «Шоу Елен Дедженерес» (16 сезон: з 4 вересня по 22 березня) та «Вечірнього шоу» з Джимом Фелоном (5 сезон з 8 січня по 17 серпня). Всі переглянуті нами випуски були відібрані за весь 2018 рік, а також за січень-серпень 2019 року. Виходячи з досліджених нами епізодів, ми можемо знайти схожі та відмінні риси двох форматів.

Провівши порівняльний аналіз двох ток-шоу шоу, ми прийшли до наступних результатів:

Тривалість випуску шоу «Шоу Елен Дедженерес» становить 38-42 хвилин, «Вечірнього шоу» з Джимом Фелоном – 50 хвилин. Хронометраж випусків кожного шоу приблизно однаковий, 40-50 хвилин – стандартна довжина серії.

Під час ефіру теми американських ток-шоу зачіпаються абсолютно різні. Під час інтерв'ю обговорюється особисте і світське життя запрошеної знаменитості, стендап ведучими хоч і мають гумористичне забарвлення, але все-таки стосуються важливих соціальних питань. Велика кількість рубрик та інтерактивів в основному мають розважальну складову, але навіть тут

зачіпаються екологічні, освітні, соціальні та інші питання (наприклад, рубрика «Do not leave me hanging», в якій Елен ставить учасникам питання на тему географії, математики, історії та біології).

В шоу «Шоу Елен Дедженерес» позаду ведучої знаходиться величезний екран, на якому відображаються фотографії, картинки і відео. Ведуча дуже часто задіює його в своїх рубриках. В якості музичного супроводу виступає музика, яку включає діджей. Відзначимо, що це єдине шоу, в якому музика програється за допомогою діджейського пульта, а діджей виявляється співведучим. У «Вечірньому шоу» Джимі Фелона музика супроводжує виходи ведучого і гостей в студії, в кінці випуску обов'язково виступ запрошеної музичної групи або співака (зазвичай для того, щоб презентувати нову пісню або альбом).

Графічні елементи виводяться на екрани телеглядачів під час стендапа ведучого, а під час інтерв'ю все відео і фото показуються за допомогою монітора, що стоїть позаду нього.

Оформлення студії американських програм досить просте. Головна їх відмінність – світлі тони і великий простір. В середині студії – два хрести і столик, тут проводяться інтерв'ю. Нагадаємо, що приміщення для зйомок програми дуже велике, тому локацій для рубрик та інтерактивів теж велика кількість. Оформлення студії «Вечірнього шоу» Джимі Фелона можна назвати досить кричущим, головні кольори – фіолетовий і помаранчевий. Меблі теж в таких тонах, посередині студії довге крісло для гостей, журнальний стіл з фруктами, крісло ведучого і стіл з монітором.

У кожне шоу запрошуються знаменитості, з якими працюють гримери і костюмери перед записом. Також в студії знаходяться глядачі, які теж виконують роль гостей. Форма одягу у них вільна. У шоу з Елен глядачів часто показують, тому вони не повинні боятися камер і вміти добре рухатися (оскільки в цьому шоу часто танцюють).

Відповідно до практичної значущості успішної комунікативної ситуації останнім часом з'являються дослідження, що відображають комунікативні моделі, формулюють принципи, дотримання яких гіпотетично має призвести до бажаного комунікативного ефекту. Одним із таких відомих ключів до комунікативного успіху є постулати мовного спілкування Г.П. Грайса [18, с. 135] та принцип ввічливості Дж. Ліча [18, с. 143].

Серед основних стратегій успішної комунікації виділяють стратегію позитивної ввічливості, спрямовану зближення комунікантів [85]. Наприклад, розглянемо один із випусків ток-шоу The Ellen DeGeneres show, де гостем програми є актриса Ніколь Кідман. Елен Дедженерес, ведуча даного ток-шоу, починає програму зі слів: «I'm so excited that you're here to tell you in person how great 'Big Little Lies' is. You are so good in that.»[105]. По-перше, Елен використовує тактику компліменту, повідомляючи, що серіал, в якому знялася актриса, чудовий, і вона чудово виконала свою роль. Так, вона робить перший крок на зближення і висловлює своє позитивне ставлення до того, що відбувається.

По-друге, у тому ж таки висловлюванні ведуча задіює тактику прямого включення. Передбачається, що обговорення (серіал «Big Little Lies») відомий заздалегідь, тому аудиторія має необхідний попередній запас знань (глядачі дивилися серіал). Отже, Елен відмовляється від розтягнутого вступу, що дозволяє відразу включити глядачів у безпосереднє обговорення фільму та позбавити необхідності слухати вже знайомий зміст.

Тим не менш, далі Елен, звертаючись до глядачів у залі, ставить питання: «Did you watch «Big Little Lies»?» [106]. Відповіддю служать гучні оплески. Таким чином, ведуча використовує тактику посилення для підкріплення стратегії позитивної ввічливості, оскільки очевидно, що аудиторія дивилася серіал, а Елен ніби запитує глядачів: «Ви згодні зі мною? Це ж справді чудовий серіал?» Актриса рада такій реакції глядачів, вона посміхається та вигукує: «Oh,

good! Thank you!» [107]. Виходячи з цього, зазначимо, що Н. Кідман налаштована на подальше спілкування і навіть готова поділитись секретами зйомки серіалу. Отже, реалізовано ідею успішної комунікації.

Цей приклад демонструє реалізацію стратегії позитивної ввічливості через застосування тактик компліменту, прямого включення та посилення. Зазначимо, що ця стратегія може також використовуватися за допомогою таких тактик: згода, апеляція до авторитету та прогнозування. Такі комунікативні тактики можна використовувати як і в комплексі, і окремо. Метою стратегії позитивної ввічливості є демонстрація уваги співрозмовнику.

Далі розглянемо стратегію співробітництва, яка поряд із стратегією позитивної ввічливості згідно з роботами Дж. Ліча та Г.П. Грайса відповідає конвенції кооперації [18]. Стратегії співробітництва відповідає сукупність теоретично запланованих дій, спрямованих на досягнення мети шляхом взаємоприйнятної взаємодії [60, с. 239]. Наприклад, звернемося до одного з випусків ток-шоу *The Tonight Show Starring Jimmy Fallon*, де запрошеною гостею програми стала Енн Хетеуей.

Для початку ведучий намагається привернути до себе співрозмовника і починає розмову з тактики компліменту: «Your baby is gorgeous! What a cute little kid!» [108]. Коли комунікативний канал кооперації налаштований, ведучий ставить запитання та цікавиться, як святкували перший день народження сина. Актриса починає описувати, як купувала подарунок і замикається на фразі про антикварний магазин: «I was looking a birthday present for him, don't laugh, in antique store, but...»[109]. Дж. Фелон не може залишити фразу без коментарів та іронічно зазначає: «Well! Babies love antique! Ha-ha-ha...» [110]. Іншими словами, ведучий використовує тактику гумору для надання легкості ситуації. Актриса та глядачі у залі сміються, що свідчить про успішну реалізацію стратегії співпраці.

Таким чином, в ході дослідження було виявлено, що стратегія співпраці може реалізуватися через такі тактики: гумор, злагода, комплімент та співчуття. Стратегія позитивної ввічливості була представлена за допомогою шести комунікативних тактик: комплімент, пряме включення, посилення, злагода, апеляція до авторитету, прогнозування. Найбільш частотними тактиками для ведення успішної комунікації є комплімент, гумор та злагода. Слід зазначити, що комунікативні тактики можна застосовувати ізольовано один від одного. Такі комунікативні прийоми сприяють підтримці кооперативної розмови та мають на меті установку на комунікативний успіх [12, с. 45].

Аналіз структури та тематики ток-шоу Елен Дедженерес показав, що розмова з гостем ведеться за здалегідь заготовленим списком питань. Якщо розмова незаплановано йде за іншим вектором, мова ведучої стає помітно сплутаною. Вирішальним фактором визначення персонажа в студії є чіткість і лаконічність, з якими складено кожне питання гостеві – якості, які здалися нам одними з важливих для ведучого. За рахунок високої швидкості мовлення Елен Дедженерес створюється враження, ніби вона намагається застати гостя зненацька своїми репліками: «Had you met before?» [111], «How long ago was this?» [112], «Have your kids met each other?» [113], «Is she still there?» [114].

Варто зважати на той факт, що поведінка Елен Дедженерес у студії здається вільною, хоча помітна деяка затисненість у позі: ведуча не розслабляється в кріслі, притискається до його ручки, ноги схрещені, спина жорстка.

Варто наголосити на тому враженні, яке створюється від кожного питання Елен Дедженерес гостеві: це напад, удар, яким вона перевіряє силу гостя. Вона сміливо обриває співрозмовника на півслові і ставить нове питання, при цьому зауважимо, що, природно, ніколи не знецінює присутність гостя і уважно його слухає, тому навіть під час його монологічного мовлення часто можемо спостерігати невеликі коментарі: «I see» [115], «Right» [116], «I understand»

[117]. Крім того, щоб надати фразі чіткіший, впевненіший характер і змусити гостя з собою погодитися, наприкінці фрази від Елен часом можна почути риторичні підсилювальні коментарі: «He's hilarious, isn't he?» [118], «She has to know how cool you are, right?» [119].

Описані вище мовні прийоми в сукупності з поведінковими манерами покликані формувати для Елен свій автентичний образ у ток-шоу, незважаючи на те, що він може не бути звичним для ведучої, але слід завжди пам'ятати, що кожен виступ комедіанта – це насамперед акторська гра та перетворення.

Аналіз мовної особистості Елен Дедженерес показав, що ведуча частково належить до конфліктно-маніпуляторського типу: вона розглядає у співрозмовнику об'єкт маніпуляції, дозволяє собі не дослуховувати відповіді та ставити незручні питання, і частково до кооперативно-конформного типу: ведуча виражає зацікавленість у гостеві, про що свідчать кількість запитань і реакція на відповіді, співчуття і компліменти. Відповідно до класифікації мовної поведінки І.Г. Родченко, можна віднести ведучу до «системників» – групи тих, хто ретельно підходить до підготовки свого виступу аж до дрібниць (мова, реакції, жарти, вираження емоцій, подарунки гостям), каже лаконічно та розмірено і саме цим утримує увагу публіки [33, с. 87].

На основі вивченого матеріалу ми можемо припустити, що успіх її ток-шоу будується на її приголомшливому почутті гумору. Складається враження, що для Елен Дедженерес гумор не існує окремо від її висловлювань і рухів і їй не доводиться намагатися інтегрувати гумор у розмову – це ніби-то вже сформований її спосіб думок та дій. За природністю комічного образу, здається, ховаються професіоналізм, любов до своєї справи і високий рівень підготовки.

Піддаючи аналізу мовленнєву поведінку Джимі Фелона, ми не змогли не звернути увагу на те, що розмовний стиль ведучого з деяких причин здається ще більш «розслабленим», ніж описана вище комедіантка Елен Дедженерес. По-перше, його мова, часом нерозбірлива від шуму в залі та його сміху, майже

повністю складається із сленгу. По-друге, він вкрай бурхливо висловлює свої емоції в ефірі, що неодмінно позначається як на його поведінкових характеристиках – Джимі Фелон не соромиться голосно сміятися, бити рукою по столу, хапатися за обличчя або навіть падати зі стільця; так і те, що стосується мовних характеристик – ведучий голосно кричить і не соромиться використовувати виразні, але зовсім не грубі розмовні вигуки:

- «Oh my Gosh! That's incredible!», «Mommy is a professional actor, hello!» [120];
- «I love that!» [121];
- «Now it's chemistry. It's too late, baby!» [122];
- «C'mon, the hair is unbelievable!» [123].

Досліджуваний матеріал показує, що, на відміну від центрального образу Елен Дедженерес у ток-шоу, за що, на наш погляд, відповідають характерні маркери її мови та поведінки, Джимі Фелон створює у ток-шоу образ другорядного персонажа – ще один вдалий прийом для привернення уваги публіки до себе. По-перше, Джимі Фелон говорить менше, ніж його гості, перебиває їх дуже рідко і часто жартує з себе. По-друге, у комічних сценках і конкурсах, що складають частину його ток-шоу, він дозволяє собі виглядати дурнішим і анекдотичнішим за гостя.

Сміх над собою – один із ключових прийомів гумористів. Ним успішно користується Джимі Фелон, а образ незграбного невдахи, приміряного ним у деяких комічних ситуаціях у ток-шоу, створюється багато в чому за рахунок мовних та поведінкових маркерів, описаних вище.

Наш аналіз завершується розбором мовної поведінки коміка Джимі Фелона. При спробах категоризації його мовної поведінки ми зіткнулися з деякими складнощами, оскільки, на нашу думку, Джимі Фелон не повністю підходить до певного підтипу мовної особистості. Оскільки у ток-шоу він виявляє себе вкрай галасливо і активно, ми схильні класифікувати його як

активно-центрований підтип, оскільки ведучий часом не дає партнеру висловити свою думку або не звертає увагу на думку співрозмовника. З іншого боку, очевидно, що Джимі Фелон не зациклений на собі, дружелюбний і добродушний із гостями, що визначає у нього кооперативно-конформний підтип [33, с. 89]. За І.Г. Родченко, як ми робимо висновок у ході вивчення поведінки ведучого, Джимі відповідає категорії «мислителів» з таких причин: Джимі Фелон украй захоплений розмовою, через що він може змінити тему на протилежну, Джимі Фелон активно жестикулює та грає голосом. Його мовленнєва поведінка відрізняється від Елен Дедженерес, але не в якісну сторону – його поведінковий стиль інший, і докорінно неправильно стверджувати, що хтось із них гірше справляється зі своїми професійними завданнями.

Мовні характеристики індивіда багато в чому є більш передбачуваними, проте нам здається доречним зробити висновок про те, що категоризація мовної особистості або мовної поведінки людини не гарантує абсолютно незмінних даних та показників. Жодна людина не підходить під певні стандарти через багатогранність своєї особистості, тому вкрай неправильно було б думати, що ми можемо підходити лише під один підтип, лише під одну класифікацію особистості.

Проаналізувавши спільні та відмінні риси, варто звернути увагу на схожі тематичні та структурні елементи ток-шоу:

1. Обидва ток-шоу починаються з так званого «бекстейджа» до головної заставки.

2. Спочатку завжди монолог ведучого, де висвітлюються головні новини (в шоу з Елен та Джимі це стендап).

3. За допомогою комп'ютерної графіки під час промови ведучого на екрані телевізорів і моніторів з'являються фото події або фото, яке описує те, що відбувається наочно.

4. У студії дві і більше основних локації – для гостей і ведучого, для монологу, для інтерактиву з учасниками і глядачами.

5. За кадром сидять глядачі, що є невід'ємною частиною такого формату, як ток-шоу. Однак варто зазначити, що в «Шоу Елен Дедженерес» їх настільки багато, що тим, хто не потрапив «за спину операторів» організували окрему студію для перегляду шоу.

6. У кожному з шоу є гумористична складова.

Таким чином, ми можемо підсумувати, що ток-шоу Елен Дедженерес та Джімі Фелона мають спільні та відмінні риси. Проте, кожне із них має свої унікальні риси та формат. По-перше, це образ і поведінка ведучого. Ведучий завжди є відкритим, добродушним, харизматичним, досвідченим журналістом. Він завжди одягає костюм на зйомки шоу, виражаючи повагу до своїх гостей і глядачів. Його характеризує швидка реакція на події, логічність і швидкість мовлення. Головним критерієм шоу є гумор і легкість подачі інформації. Навіть політичні теми представлені в іронічному сенсі і зрозумілі глядачам будь-якого віку.

Варто зазначити, що розглянуті нами вечірні шоу орієнтовані на широкий загал, без обмежень у віці, статусі і рівні освіти. Глядачі можуть дивитися шоу як в ефірі телеканалів, так і під час зйомок, коли вони присутні на записі програми. Досліджувані вечірні шоу залучають до зйомок звичайних людей, які дозволяють створити повну наповнюваність залу, додають жвавості і ефекту присутності самій програмі. У кожній програмі є міні-ролик. Ці ролики відображають місце дії, зйомок шоу, показують вечірні плани міста. Кожен ролик є унікальним та створює в свідомості телеглядачів асоціацію саме з певним ток-шоу. Цю ж роль відіграє і антураж студії. Знімальний майданчик шоу у всіх проаналізованих нами програмах побудована за однією схемою. Зліва – місце для інтерв'ю, праворуч – сцена для музикантів, а по центру місце для інтерактивів і виступів гостей. Всі late night talk show мають декорації з

видом на нічне місто, йдуть завжди в один час і в певні дні. У кожній вечірній програмі крім ведучого і глядачів присутні запрошені гості, на бесіді з якими і побудовано шоу. Порядок вибору зіркових персон залежить від поточних подій – презентації музичних альбомів, прем'єр кіно тощо.

Відмінності в програмах спостерігаються у наявності оркестру. У шоу Елен Дедженерес його немає, головна роль приділяється саме зоряним персонам, а роль оркестру належить ді-джею, який є, також, співведучим. У ток-шоу Джими Фелона відсутній співведучий. Його роль переноситься на ведучого і творчий колектив шоу. В американських вечірніх шоу ми можемо бачити елементи гри, опитувань, приділяється увага думці глядачів.

## **Висновки до Розділу 2**

У другому розділі було досліджено тематичні та структурні особливості «Шоу Елен Дедженерес» та «Вечірнього шоу» з Джимом Фелоном.

Вивчивши тематичну орієнтацію «Шоу Елен Дедженерес», можемо зазначити, що ток-шоу відзначається лаконічністю, приємною атмосферою, яку створює ведуча за допомогою комунікативних стратегій і тактик, кожна рубрика та тематичний блок в ток-шоу Елен Дедженерес добре продумані та заздалегідь підготовані, а імпровізація не стає для ведучої проблемою під час ток-шоу.

Проаналізувавши тематику «Вечірнього шоу» з Джимом Фелоном, варто зауважити, що ток-шоу має розважальний характер, проте тут піднімаються і важливі для суспільства теми. «Вечірнє шоу» з Джимом Фелоном має постійні рубрики, а кожен випуск – свою тематику. Імпровізація також характерна для Джима Фелона, проте у нього імпровізовані моменти вдаються органічніше, ніж у Елен Дедженерес, імовірно завдяки його природній імпульсивності, емоційності та експресивності.

Порівняння тематик «Шоу Елен Дедженерес» та «Вечірнього шоу» з Джимом Фелоном дозволяє підсумувати, що ток-шоу мають суспільно-політичну та світську тематичну орієнтацію. У кожному ток-шоу є постійні рубрики, тематика кожного випуску та імпровізація.

Порівняння структури «Шоу Елен Дедженерес» та «Вечірнього шоу» з Джимом Фелоном дозволяє зазначити, що структура обох ток-шоу має зачин, кульмінацію та кінцівку. Відмінними рисами є засоби і тактики реалізації цих структурних елементів у кожному із ток-шоу.

### **Розділ 3. Вербальні та невербальні засоби презентації нарративу «Шоу Елен Дедженерес» і «Вечірнє шоу» з Джимом Фелоном**

#### **3.1. Невербальні засоби розгортання нарративів у «Шоу Елен Дедженерес» і «Вечірнє шоу» з Джимом Фелоном.**

Невербальні засоби, умовно розділені на жести рук, міміку, жести голови і ніг, пози і знакові рухи тіла, становлять значний елемент комунікації в цілому. Кінесичні засоби мають фізіологічний та соціальний (культурно-обумовлений) характер. Вони можуть мати функцію внесення додаткової інформації, заміщення вербального елемента та поєднання з ним.

Варто зазначити, що невербальні засоби – це пряме звернення до минулого досвіду як глядачів, так і ведучих, оскільки жести, міміка, посмішка тощо – це всім знайомі ілюстрації мовлення, які розпізнаються підсвідомо кожним учасником комунікації.

Міміка є поширеним засобом вираження згоди у досліджуваному матеріалі (260 мімічних реакцій було зафіксовано у ведучих). Міміка є фізіологічним невербальним елементом, властивим всім людям при вираженні емоцій. Деякі мімічні елементи не контролюються, іншими можна керувати. Завдяки позитивній міміці та посмішці, комунікантам вдається не лише висловити свою згоду, а й створити сприятливу атмосферу для розмови.

Посмішка використовується як засіб створення дружньої атмосфери. Крім того, даний невербальний елемент носить частотний характер у мовленні ведучих ток-шоу (230 випадків), що можна пояснити типовою американською усмішкою і, як правило, позитивним настроєм у процесі комунікації.

Жестикуляція є одним із способів вираження своїх думок та почуттів у невербальній поведінці ведучих. Елемент невербальної комунікації допомагає висловити своє позитивне ставлення до репліки, що ініціюється вербально. Одним із способів вираження згоди та схвалення у ведучих є дружнє

поплескування по спині чи плечі. Такі невербальні символи є соціальними та характерні для чоловіків (У Джима Фелона спостерігається 150 поплескувань, порівняно з Елен Дедженерес – 80 випадків).

Невербальний засіб комунікації – посмішка та дружнє поплескування сприяє більшій експресивності діалогу та характерна для неофіційної комунікації між співрозмовниками із симетричними соціальними ролями.

Невербальні паралінгвістичні засоби є складовою діалогічної взаємодії. До них відносяться немовні засоби, що супроводжують мовлення: інтонація, темп, паузи, індивідуальні особливості вимови, а також вигуки, наповнювачі пауз та інші звуки, що виражають почуття та емоції. Прикладом фізіологічних реакцій комунікантів є сміх. Одним із поширених паралінгвістичних засобів вираження емоцій є мовчання або паузи.

Найбільш яскравим і, можливо, гіпертрофованим прикладом для вивчення невербальних засобів вираження наративу можуть послужити інтерв'ю з зірками. В американських ток-шоу Елен Дедженерес та Джимі Фелона ми проаналізували невербальні засоби розгортання наративу шляхом зіставлення їх міміки, жестів, поз, манери висловлення до певної аудиторії. Під час аналізу вечірніх ток-шоу, де ведучі в рамках етикетної ситуації «господар-гість» приймають зірку, було виявлено невербальні засоби, а саме – жести руками ведучих під час презентації гостя, виразність міміки під час запитань, або однозначність погляду під час погодження, непогодження або здивування.

Під час відстеження невербальної поведінки ведучих під час комунікації з чоловіками спостерігалися такі особливості у контексті ситуації. У Елен Дедженерес за той самий проміжок часу більш насичена кінесична мова, що знайшло відображення у більшій кількості мануальних жестів та їх широкій амплітуді. Щодо жестів головою, то в обох вони були досить емоційними. Джим Фелон супроводжував своє мовлення рухами ілюстраторами (80 випадків) та регуляторами (74 випадки), у той час як Елен Дедженерес була

відкрита та експресивна, оскільки в її жестах були ще рухи адаптери (90 випадків) та емблеми (110 випадків).

Жести-регулятори – ці жести використовують, щоб регулювати емоції аудиторії. Наприклад, запрошуючи до розуміння та позитивної взаємодії (усмішка, кивок голови), припинення дискусії (долоня руки, як би «відсуває» слухачів), приєднання до висновків (долоня руки, звернена вгору одночасно з кивком голови) [35].

Жести-ілюстратори – підкріплюють або ілюструють інформацію, яку намагається повідомити людина. Це може бути жест, що вказує рукою або пальцем. Ми знаємо, що показувати пальцем погано, але тут ми згадуємо це виключно в інформаційному контексті. Це може бути жест, що показує розміри (наприклад, спійманої на риболовлі риби), рух тілом у напрямку чогось, жести-біти, що йдуть у ритмі мови [35].

Жести-адаптери – це жести, що допомагають адаптуватися до стресу. Ця група жестів поєднує три типи рухів рук: а) чухання та посмикування; б) погладжування та перебирання; в) поплескування по плечу співрозмовника та дотику до нього [35].

Жести-емблеми – хіба що замінюють собою слово, яке не можна вимовляти вголос. Класичний приклад - це фіга, що складається з трьох пальців. Часто жести-емблеми потрібні, коли не можна порушувати тишу, але висловити підтримку людині. Тоді можна підняти пальці у вигляді літери V (від англійської victory – перемога) [35].

Ведучі сміються під час інтерв'ю, хоча слід відзначити більш стриманий характер, скоріше сміх із ввічливості американського ведучого та його великі паузи під час діалогу (20-30 с.). Зоровий контакт ведучих був набагато довший, ніж в їх співрозмовників. Американські ведучі з непідробним інтересом розглядали своїх гостей. Що стосується запрошених чоловіків, то за відкритими позами (90 випадків) і жестами можна відзначити їхню схильність до

комунікації. Періодичне потирання долонь (80 випадків), складання рук будиночком (70 випадків), погладжування одягу та крісла (70 випадків) свідчать про певний дискомфорт, який можна відчувати через спробу домінування ведучих у комунікативній ситуації (активні кінесичні знаки Елен Дедженерес (80 випадків) та гучна мова Джимі Фелона (60 випадків)).

Для порівняння поведінки під час інтерв'ю з протилежною статтю було розглянуто бесіди Елен Дедженерес з Джастіном Тімберлейком і Джимі Фелона з Майлі Сайрус. У спілкуванні з гостями обидва ведучих продемонстрували велику експресивність та трохи скоротили дистанцію спілкування фізично. Наближення до співрозмовника продемонстрували й гості. Джимі Фелон, досить стриманий в інших інтерв'ю, збільшив кількість та інтенсивність жестів. Елен Дедженерес лише через 3 хвилини дала слово гостю, максимально повертаючи до себе увагу. Свій інтерес вона виявляла рухами-ілюстраторами і навіть тенденцією підкреслення жесту його посиленням у вигляді збільшення амплітуди (від ліктьового до повного помаху руками). Щодо обох ведучих у комунікації простежується мимовільний флірт у невербальній поведінці: особливий зоровий контакт і максимально розгорнута до співрозмовника поза (оскільки рух обмежує в обох ток-шоу стіл); Елен Дедженерес склала руки і погойдувалася на кріслі, а Джимі Фелон мимоволі спробував підсісти до гості.

В інтерв'ю як у Джимі Фелона так і в Елен Дедженерес спостерігалася велика кількість жестів, пов'язаних з дискомфортом: вона чіпала волосся одяг, обручки, міняла позу, відповідно у другого ведучого – «нестандартну» поведінку можна вважати спробою знайти досить зручне місце у просторі. У відповідь на порушення нею інтимної зони спілкування американська співачка мимоволі відхилялася, або висловлювала своє невдоволення мімікою.

Характерною рисою її невербальної поведінки є максимальна кількість головних та пальцевих жестів, у тому числі демонстрація захвату як найвищого прояву радості. Крайня нудьга виражалася прикритими віками та віддаленням

від співрозмовника, бовтанням ніг. Невербальні знаки обох ведучих під час спілкування з підлітком були досить стримані, але вони не змінювались в наборі жестів і поз. Джимі Фелон під час комунікативних пауз спирався на лікоть, жести не були надто частими, переважали рухи ілюстратори та регулятори. Невербальна мова Елен Дедженерес залишилася емоційною, хоча амплітуда та частота зміни жестів знизилася.

Цілком нові ракурси невербальної комунікації розкриваються під час інтерв'ю з групою різностатевих акторів. У Джимі Фелона в гостях перебували 4 учасники проекту «Залізна людина 2»: Роберт Дауні молодший, Дон Чідл, Пол Беттані та Леслі Бібб. Що стосується шоу Елен Дедженерес, для дослідження було розглянуто зустріч ведучої та зірок серіалу «Теорія великого вибуху»: Джонни Галекі, Джим Парсонс, Кейлі Куоко, Саймон Хелберг. Перше, що яскраво впадає у вічі, – це розташування гостей. В шоу Джимі Фелона гості розташувалися у 2 ряди, у шоу Елен Дедженерес – у горизонтальній лінії. Цікавою особливістю можна назвати початок комунікації: в шоу Елен Дедженерес навіть жінкам ведуча для привітання простягає руку, тоді як Джим Фелон з протилежною статтю обнявся і дав перше слово. Елен Дедженерес на початку інтерв'ю налагодила тісний візуальний контакт з Джимом Парсонсом і максимальна кількість часу комунікація відбувалася з ним, крім короткої розповіді Кейлі Куоко. Іншим гостям дали слово лише наприкінці для участі у завданні за сценарієм. Слід зазначити комунікативне мовчання всіх членів інтерв'ю під час шоу Елен Дедженерес, оскільки вони розгорталися у бік того, хто говорить постійно, чого не можна сказати про акторів, які не шукали очима співрозмовника, а лише час від часу щось казали, можливо через незручність розміщення для повноцінної комунікації. Джимі Фелон приділив увагу пропорційно однаково кожному учаснику інтерв'ю, його мануальні жести були дворучними, ліктьовими, з тенденцій до посилення, але не багаторазовими, а головні практично були відсутні. Елен Дедженерес не зраджувала звичці

некомунікативного жесту (тримала періодично олівець у руках), але на відміну від інших інтерв'ю кінесична мова (50 випадків) була досить стримана і відрізнялася від попередніх ток-шоу невисокою частотою.

Важливість особистого простору особливо цінується у сучасному світі. У ході комунікації в обох ток-шоу максимальна кількість часу співрозмовники перебували в особистій зоні спілкування (до 50 см.), хоча у ток-шоу Елен Дедженерес ведуча періодично перебуває в інтимній зоні (під час вітання та прощання, в ході проведення деяких завдань). Слід зазначити різницю формату зйомки для аналізу: імовірно ток-шоу Джимі Фелона підкреслює значущість запрошеного гостя максимальним часом перебування у кадрі, тоді як і в шоу Елен Дедженерес ракурс зафіксований одночасно для ведучого та його співрозмовника. У рамках вивченого обсягу матеріалу можна підсумувати: загальні критерії невербальної комунікації мало відрізняються в досліджуваних ток-шоу.

### **3.2. Лексичні особливості наративів в «Шоу Елен Дедженерес» та Вечірнє шоу» з Джимом Фелоном.**

Лексичні засоби розгортання наративу мають велике у галузі мовного впливу і прагматичної спрямованості висловлювання. Вони активно досліджувалися у межах сучасної лінгвістики, мовознавства, літературознавства, стилістики. Лексичні засоби є потужним методом презентації наративу в «Шоу Елен Дедженерес» та Вечірнє шоу» з Джимом Фелоном і, відповідно, виконують одне з основних комунікативних завдань мовного акта.

Однак важливо відзначити, що розкриття лінгвістичної сутності наративу пов'язане з деякими складнощами, оскільки сутність наративу досить абстрактна. [34, с. 86].

Швейцарський лінгвіст Ш. Баллі наполягав на тому, що буває безліч способів та засобів розгортання наративу, зберігаючи при цьому єдиний зміст [80]. Це безліч засобів породило необхідність упорядкувати їх та створити класифікацію. Традиційно у наукових працях застосовується класифікація лексичних засобів за способом їх мовного вираження, запропонована сербським філологом Б. Тошовичем. Це, так зване рівневе розгортання наративу через лексичні засоби, що виражає суб'єктивне ставлення мовця до дійсності, що виражається певними лексичними засобами:

- словотвірними;
- лексичними;
- фразеологічними;
- текстовими [70].

На думку Л.В. Щерби суфікси є формотворчими, а не словірними елементами [77, с. 116]. Ми підтримуємо думку Л.В. Щерби і також не відокремлюємо словотвірний рівень розгортання наративу, а включаємо його в лексичний рівень. Оскільки емпіричною базою нашого дослідження послужить усне мовлення, графічний і текстовий рівні. Таким чином, ми розглядаємо лексичні засоби розгортання наративу. Ми звернулися до лексичних, формотворчих та фонетичних засобів розгортання наративу через експресію та емоційно-зabarлені слова, оскільки вважаємо, що емоційна та експресивна складова допомагає у контексті речення чи фрази зрозуміти наратив, тобто звернення до минулого досвіду самих ведучих та глядачів. Такий прийом розгортання наративу, як емоційно та експресивно забарвлені слова, звуки, частини слова дозволяє суттєво економити мовні засоби, вживати натяки для реалізації маніпулятивних функцій розважального ток-шоу.

Учасниками обох ток-шоу («Шоу Елен Дедженерес» та «Вечірнє шоу з Джимом Фелоном») стають актори, співаки та інші медійні особи, які дають інтерв'ю, діляться подіями із життя, а також беруть участь в іграх, конкурсах та

вікторинах. Мова в таких шоу – жива, максимально наближена до повсякденної та через відсутність строгих рамок становить особливий інтерес для вивчення.

Для нашої роботи з американських розважальних ток-шоу було відібрано 186 лексичних одиниць. В результаті дослідження, шляхом використання контент-аналізу, стало зрозумілим, що в американських розважальних ток-шоу домінуючим є лексичний рівень.

Всередині самого рівня величезний пласт займають прислівники-інтенсифікатори, найпопулярнішим з яких стало *really* (20 одиниць): «I was *really* shocked to hear that» [125].

Інші інтенсифікатори, що підкреслюють суб'єктивне ставлення мовця до предмета або явища, також зустрічаються досить часто (30 одиниць): «I was *extremely* happy to get that gift!» [126].

Безсумнівно, велику частину лексичного рівня (30 одиниць) становлять безпосередньо емоційно-забарвлені слова: «I was like you, guys, can't be fighting with each other, that's ridiculous»; «So you've always been like a daredevil, because you've swum with sharks and you've jumped out of an airplane» [127].

Примітно, що найчастіше лексичні засоби розгортання наративу зустрічалися саме в мові ведучих. Вітаючи гостя у студії, вони висловлюють своє дружнє ставлення до нього та захоплення зовнішнім виглядом чи творчістю, щоб привернути до себе та увагу (50 одиниць): «Jennifer, you look fantastic!» [128]; «Here to make його daytime television debut, please welcome the adorable Justin Bieber!» [129].

На лексичному рівні величезний експресивний потенціал також мають такі засоби, як метафора, епітет, літота, порівняння і т.д. Наприклад, в одному з інтерв'ю співачка Селена Гомез, розповідаючи про свій новий альбом, використовує у мовленні метафору: «I'm very happy the album *is finally out*. I think *I was holding my breath for 4 years and then finally I just exhaled*»; «I think it was a way of me hoping I could just be a voice for people who are in the same

*situation I'm in, whether it's something mentally that people struggle with or relationships, friendships» [130].*

На морфологічному рівні наратив найчастіше проявляється через інтенсифікатор *do* у контексті: «*To get the reviews that I've gotten has validated the fact that I do know I'm a real artist.*» [131].

В одному з інтерв'ю актор Леонардо Дікапріо ділиться своїм досвідом зйомок у фільмі «Той, хто вижив», для якого йому довелося відростити бороду. Описуючи проблеми, пов'язані з її доглядом, він також використовує інтенсифікатор *do* у контексті та її форму минулого часу *did* посилення значення сказаного:

- You have to shampoo it, yeah.
- And do you put conditioner in it?
- I did. I did put conditioner on it.
- Because you wanted it to be soft?
- You do want it to be soft. Otherwise it gets like a Brillo pad. [132]

Крім морфологічного рівня, актор також використовує лексичну експресію через порівняння *like a Brillo pad* (*Brillo pad* – це торгова марка губки для миття посуду, виготовленої зі сталеної вати та наповненої милом). Таким чином ми можемо спостерігати звернення до минулого досвіду глядачів, які вже знають цю торгову марку.

До морфологічного рівня також відноситься зменшувально-пестливий суфікс *-y*: «*You know, she is a little princess with, obviously, Victoria. She's a mummy's girl but also she's a big daddy's girl якi I'm over the moon about*» [133].

У той самий час стала вельми поширеною набуває суфікс *-ish* у значенні слів *partly, quite, almost*. Майлі Сайрус, розповідаючи про непорозуміння з подругою, ставить *-ish* до чисельника, що означає «приблизно о дев'ятій»: «*She started yelling at me and I was like: «Wait, I told you I'd come at ninish.*» [134].

Як було зазначено раніше, крім інтонаційного виділення слова, засобом фонетико-фонологічної експресії виступає розтягування голосних. Розтяжка семантично додає емоційності одному слову:

- Stormy by the way is *precious*!
- She is so *cute*.
- I mean that *little girl* is so-o adorable! [135].

Яскравим прикладом лексичних засобів при презентації наративу є інверсія. Відомо, що англійська мова характеризується суворим порядком слів, тому, коли слова у реченні змінюють своє звичне місце, з'являється експресивність. Так, Майлі Сайрус розповідає про сімейну відпустку і непроті стосунки з братом і використовує інверсію зі стійкою структурою *little did somebody know*. «And finally, me and my brother, we were fighting so hard – this is like some hillbilly stuff. He locked us inside of the car on the side of the freeway and said that we needed to figure it out. *Little did he know* we would fight until somebody is out.» [136].

Фразеологічний рівень наративу, мабуть, найменш частотний (9 одиниць) із усіх. Це, проте, не зменшує його значущість. Навпаки, фразеологічні звороти хоч і зустрічаються досить рідко (8 одиниць), їх вживання робить мову особливо виразною та емоційною, а в якихось випадках надає комічність ситуації, це дозволяє звертатися до минулого досвіду через засоби неформального спілкування: «I just want to talk about your beard for a minute because it's quite something.» [137].

Розповідаючи про свій невдалий політ до Мексики, Дженніфер Еністон описує обстановку в літаку: «What happened was when we were in flight ... It was very turbulent and *everyone else is as calm as a cucumber*, because they're not afraid of flying.» [138].

Таким чином, розподіл лексичних засобів для розгортання наративу за рівнями украй нерівномірний. Переважна більшість (75) всіх проаналізованих

нами мовних одиниць відносяться до лексичного рівня. На морфологічному рівні експресивність передають 44 одиниці. Найменш частотним став фразеологічний рівень – 16 одиниць.

### 3.3. Стилiстичнi особливостi наративiв в «Шоу Елен Дедженерес» та «Вечiрнє шоу» з Джимом Фелоном

Як було виявлено ранiше, специфiчною властивiстю телевiзiйної комунiкацiї є її дiалогiчнiсть, безпосередня взаємодiя з масовим глядачем, яка досягається за рахунок наступних прийомiв: запитально-вiдповiдної конструкцiї: «*Have you heard about the release of his new album? Of course, you've heard!*» [139], прямого звернення: «*Ladies and gentleman, you can also see him in the movie «Mike and Dave Need Wedding Dates» which is coming out July*» [140].

Використання ми-висловлювань також має величезну цiннiсть, оскiльки ведучi говорять не лише вiд свого iменi, а й вiд iменi самих телеглядачiв, висловлюючи думки та оцiнки, якi можуть виникнути: «*We're not expecting to hear that!*» [141]. При створеннi ефекту дiалогiчностi мови ведучi також висловлюють свою думку, свої емоцiї, якi впливають на почуття глядача, посилюють у ньому переживання, включають до роздумiв, що вiдбуваються в кадрi. Так, у мовленнi Джими Фелона можна почути такi фрази: «*I love how tactful jokes were written for this movie*» [142].

Далi необхiдно виявити схожi стилiстичнi засоби розгортання наративу у мовнiй поведiнцi ведучих, виходячи з жанрової особливостi ток шоу. Формат ток-шоу, як було виявлено, передбачає подвiйну адресацiю, яка вiдбувається за рахунок етикетних формул подвiйного вiтання: «*Welcome back, everybody! – Hello, Jennifer!*» [143], в обов'язковому представленнi спiврозмовника телеглядачам: «*Higher first guest is Emmy Award Winner, Golden Globe and an Academy Award winning actor who stars with Robert de Niro in big new movie*

called «The Intern» which is coming out this Friday. Ladies and gentleman, please welcome a talented hardworking lady – Ann Hathaway!» [144], тут ми можемо бачити стилістичні засоби розмовного стилю презентації наративу, а саме звернення до минулого досвіду гостя. Також описані стилістичні засоби розгортання наративу представлені в мовленні ведучих під час зміни теми розмови, у кінці та на початку ток-шоу: «I don't know what people are afraid of. Maybe they think it will somehow affect the children. And I must admit that I was raised by two heterosexuals ... I was surrounded by heterosexuals. And they did not affect me in any way ... People will be who they are. And we need to learn to love them for who they are and let them love those they want to love.» [145].

Наступною особливістю жанру ток-шоу є неформальність, невимушеність діалогів ведучого із запрошеною знаменитістю, що є стилістичною ознакою розмовного стилю. За допомогою таких стилістичних засобів розгортання наративу як звертання до побутових питань: «How many times a week do you go grocery shopping?» [146], «What thing do you do when you leave office?» [147], питання особистого характеру: «Do you keep in touch with your exwife?» [148], провокаційні питання: «Are you sure about what you're doing?» [149], а також використання реплік іронічного змісту: «He knows where the camera is and everything. Well, he is a famous dog, cause he just found the camera!» [150].

Цікавою характеристикою жанру ток-шоу є невимушеність комунікації, яка проявляється у широкому використанні заминок, стрімкості фраз, які є допоміжними стилістичними засобами розгортання наративу: «Could, could, could you give us maybe a taste of free style ... Can you do?» [151].

Джимі Фелон та Елен Дедженерс вживають слова-паразити: «right», «well», «you see», «you know», які не несуть змістового навантаження і неінформативні. Характерною рисою розмовної мови ведучих є тавтологія: «Dude, you know, I didn't even know you had a record out!» [152], а також вульгаризми: «scrappy», лайливі вирази: «Are you nuts?» [152] та скорочення: «lemmy», «cause»,

«congrats». У мовленні ведучих можна спостерігати різні синтаксичні помилки: «I've also saw this championship last Friday.» [152], порушення лексичної сполучуваності слів: «I know about your strong mind.» [153].

Використання вигуків також є характерною рисою розмовної мови. Вигуки можуть виражати схвалення: «yeah», «yes», «okay», «well», «right», захоплення, здивування: «oh my God!», «Wow!», «уу-у». Розмовність мови проявляється у повторенні окремих слів з мовлення учасника шоу: «No, he just gets it. - Yeah, he just gets it, right.» [154], у промовлянні фраз співрозмовника для уточнення сказаних фактів: «I am so nervous. This is my... I don't speak. It's my first time speaking in front of people. - Your first time? ...You've never been on the talk show?» [155]. Фрази співрозмовника також повторюються під час сильного подиву: «Mustard – What? Mustard? Mustard is so delicious!» [156].

Виявлення стилістичних засобів презентації наративу у мовній поведінці ведучих ґрунтується на аналізі дотримання вимог, що висуваються до ведучих. Як Джімі Фелон, так і Елен Дедженерес мають такі якості особистості, як чарівність, харизма, неймовірний магнетизм, що притягує телеглядачів біля екранів і визначає популярність цих телевізійних ток-шоу. Впевненість у собі поєднується з добротою, чуйністю та дружелюбністю. А такі якості як оптимізм та життєрадісність створюють сприятливу атмосферу ток-шоу та позитивний настрій глядачів.

Дотримання вимог професійного характеру полягає у дотриманні принципу доречності мови: ведучі в аналізованих ток-шоу підбирають мовні засоби, що відповідають жанру ток-шоу та характерного для нього стилю спілкування. У мовленні немає використання технічних, професійних термінів, значення яких було б незрозуміле гостю, що створювало б комунікативні бар'єри між тими, хто говорить у студії. Правильність мовлення простежується у дотриманні мовних норм літературної мови: правильний наголос, вимова, правильне словотворення.

Однак, враховуючи жанр ток-шоу, ми можемо говорити про необхідність відступу від загальноприйнятих мовних стандартів. Багатство мови ведучих Джимі Фелона та Елен Дедженерес проявляється у різноманітності лексичних та граматичних одиниць, у великому словниковому запасі. Так, у мовленні Елен Дедженерес можна відзначити велику кількість фразеологічних зворотів: «Are you ever afraid, because *at the times, you have to be very careful with employees*» [157], «Anymore? Well, *it has been around for years*, but I want to point out, that you not supposed to say inappropriate things» [158]. Джимі Фелон також використовує у своєму мовленні фразеологізми: «*I wear pink every Wednesday as a rule.*» [158], «Don't worry: *it's only my flight of fancy.*» [159], «Dude, *you work your butt off.*» [160]. Експресивність, виразність мови Елен Дедженерес досягається шляхом використання різних стилістичних засобів, а саме: метафор: «*That was already 510 monologues and shows by me. Wow, that there are many of my conversations with you listening. And I do thank you for that. New turn off TV i go outside and play, mama is going to take a little nap*» [161], порівнянь: «I know *Justin as the sweetest, kindest guy. And, tell everybody what you did*» [162].

Мовлення Елен Дедженерес наповнене інтертекстами: «Well there is no one like our new guest today. Her new disc calls «Rebel heart». Please, welcome very wonderful and only one Madonna!» // Welcome the one and only Robin Williams» [163].

Особливе місце у виразності мовлення Джимі Фелона займає іронія: «Oh, we just kill our stage manager, but don't worry, it's not the most terrible in life, but I am!» [164]. Елен Дедженерес у свою чергу також використовує іронію: «This is our Challenges and obstacles that give us layers of depth and make us interesting. Are they fun when they happen? No. But they are something that you are not ordinary but unique. And that's what I know for sure... I think.» [165]. Такі комунікативні якості мови, як чистота і логічність можуть змінюватися виходячи із розмовного стилю жанру.

Виявивши подібні риси стилістичних засобів презентації наративу Джимі Фелона та Елен Дедженерес на підставі однакової жанрової приналежності цих ток-шоу, прояву особливостей розмовного стилю в їх мовленні, а також дотримання вимог до професії ведучого, необхідно звернути увагу на стилістичні властивості наративів. Звичайно, ведучі з усією жвавістю та інтересом включаються до процесу ведення бесіди та намагаються налаштувати співрозмовника на позитивну хвилю. І вже на початку ток-шоу можна простежити надзвичайну привітність ведучих, яка реалізовується через звернення до досягнень гостей. Джимі Фелон, представляючи глядачам учасника ток-шоу, акцентує велику увагу на його успіхах, досягненнях: «You have 6 million stars, 26 million albums, 76 № 1 singles, also tomorrow» [166], Елен Дедженерес також акцентує увагу на фактах, але робить це за допомогою більшої кількості епітетів: «Please welcome the hilarious Wanda Sykes» [167], «...one of the our favorite people in the world..» [168].

При встановленні контакту з учасником ток-шоу Джимі Фелон дякує гостю за візит: «Thank you for *being here!*» [169], каже, що радий його бачити: «But it's nice to see you!» [170], «Always great seeing you, buddy!» [171], «I am very excited that you are here!» [172], Елен Дедженерес використовує дані кліше також для подяки гостям: «Thank you so much» // «I really appreciate it, really appreciate your being here» // «Bye everybody» [173].

Використання компліментів найчастіше помітно у мовленні Джимі Фелона: «You look gorgeous!» [174], «Look you sharp!» [175], «You smell wonderful!» [90], «I like your dress. It is fantastic!» [176]. Однак на свою адресу Джимі Фелон приймає похвалу з явним збентеженням: «You think I am gorgeous? // I mean if I need to say it, що I would say yeah, you are gorgeous. // Thank you so much! You did not have to... We didn't tape it? Perfect!» [177].

Елен Дедженерес також використовує компліменти на адресу співрозмовника, проте любить вихваляти свої переваги, має досить високу

самооцінку, без сорому говорить про себе в позитивному ключі, хоча і з часткою іронією: «You can influence people. I was influenced by Steve Martin і Woody Allen, but I never tried to be someone else. I always tried to be myself. And the reason why people are successful is they 're unique» [179].

У розмові з учасником ток-шоу Джимі Фелон займає скоріше нейтральну позицію, не бере на себе роль експерта і не дозволяє явно висловлювати свою думку до почутого. Він може лише побіжно висловити своє позитивне ставлення, що допомагає йому здаватися, на перший погляд, неупередженим слухачем: «This is one of the best moments and you don't think it is gonna come. // It's fantastic! I understand you. It's really fantastic!» [180], «It's baby number two? // Baby number two. // Wow!» [181]. Елен Дедженерес навпаки відкрито висловлює свою думку, яка має повчальний характер: «I've never been to that place before. It is not known for favorable industrial and territorial services, but for its low prices» [182], «The world is full of a lot of fear and a lot of negativity, and a lot of judgment. It's obvious people need to start shifting in joy and happiness. Як corny as it sounds, we need to make a shift» [183].

Джимі Фелон може побіжно згадати факти зі свого дитинства: «I joined the TSA, when I was 3 years old, yeah.» [184], або розповісти історію життя: «I was fourth on July in the White House. I was so nervous to meet you . I was googling to say «Hello» до the First Lady.» [185], «Hello, First Lady, Mrs Obama, Mrs Obama, First Lady. I can't figure it out... I wore a three piece suit that day because I was very... I just wanted to impress you. But it was an outdoor event on the Fourth of July... and I have ahead and first Lady stars speaking and speaking on me: «Oh, honey, oh my gosh, you are so sweaty. Didn't you get a memo? It's a barbecue!»» [186]. Такі стилістичні засоби розгортання наративу надають мовленню ведучого ознак розмовного стилю, ведучий звертається до глядачів з позиції минулого досвіду, підкреслюючи свою людяність, показуючи, що він такий, як усі.

Елен Дедженерес частіше апелює до минулого досвіду: «I ask people why they have deer heads on their walls. They always say because it's such a beautiful animal. There you go. I think my mother is attractive, but I have photographs of her.» [187].

Як було виявлено, використання стилістичних засобів ведучого залежить від партнера у процесі комунікації, залежно від якого змінюються ті чи інші форми побудови висловлювання. У мовленні Елен Дедженерес та Джимі Фелона складно виявити таку особливість мовлення як формальне чи неформальне висловлювання у зв'язку з відсутністю відмінностей форм «ти», «ви», проте ведучі вважають за краще не робити жодної різниці між собою та іншими людьми на підставі віку чи службового становища, щоб гості у студії відчували себе комфортніше, це свідчить про неформальність спілкування, що є характерною рисою розмовного стилю. Вони можуть звернутися до гостя в студії так: «buddy», «baby», «dude».

Що стосується всього процесу ведення бесіди, то тут можна відзначити, що у Джимі Фелона спостерігається швидше певна лінійність розповіді і менш часті зміни теми розмови, тоді як Елен Дедженерес властиво уникає теми бесіди, повертатися до неї, різко перескакувати на іншу. Елен Дедженерес часом може перебити співрозмовника і вставити свою репліку, гостроту і цим змінити тему розмови.

### **Висновки до Розділу 3:**

У третьому розділі були досліджені вербальні та невербальні засоби презентації наративу в «Шоу Елен Дедженерес» і «Вечірнє шоу» з Джимом Фелоном. До невербальних засобів належать міміка, жести, рухи, вираз обличчя тощо. До вербальних засобів презентації наративу належать лексичні та стилістичні засоби.

Під час аналізу невербальних засобів Елен Дедженерес було виявлено характерні для ведучої міміку та жестикуляцію. Також Елен Дедженерес часто використовує закриту позу під час інтерв'ю з гостем. Ведуча дуже дружелюбна, про це нам говорить мова її тіла, проте, вона не порушує особистий простір гостей студії. Логічні наголоси додають мовленню ведучої емоційності. Характерні риси невербальних засобів розгортання наративу у кожного із ведучих апелюють до минулого досвіду глядачів, які уже знають ці жести у контексті загальнолюдської комунікації та комунікації із конкретними ведучими.

Аналіз невербальних засобів Джимі Фелона дозволяє зробити висновок, що для нього характерні амплітудні змахи руками, свою емоційність Джим Фелон часто підкреслює виразом обличчя, ведучий часом порушує особистий простір гостей для досягнення ефекту маніпулятивних тактик під час розгортання кульмінації. Він може викрикувати та перебивати гостей, але робить це настільки органічно, що ток-шоу не втрачає своєї динаміки.

Дослідження лексичних особливостей розгортання наративів у ток-шоу Елен Дедженерес та Джимі Фелона дозволяє зробити висновок, що ведучі використовують ввічливі слова, епітети, метафори, фразеологізми у своєму мовленні. Порівняння та вирази незгоди є органічним, оскільки мають гумористичний підтекст.

Вивчення стилістичних особливостей презентації наративів у ток-шоу Елен Дедженерес та Джимі Фелона дозволяє зробити висновок, що Елен Дедженерес більш стримана у своїх висловлюваннях, вона вживає багато схвальних коментарів про своїх гостей і красно дякує, що ті прийшли. Джимі Фелон вживає більше просторічь, його мовлення динамічніше і менш розбірливе. Проте, можна констатувати, що ведучі використовують у своєму мовленні розмовний стиль.

## Загальні висновки

У магістерському дослідженні було опрацьовано тему «Ток-шоу як наратив (на матеріалі англійської мови)». Для дослідження було обрано «Шоу Елен Дедженерес» та «Вечірнє шоу» з Джимом Фелоном з 2018 по 2019 роки.

У першому розділі було проаналізовано наратив у сучасному мас-медійному дискурсі шляхом виокремлення дискурсу ток-шоу як об'єкта лінгвістичних досліджень, розкриття еволюції поняття «нاراتив» у філології та аналізу характерних рис наративу у сучасних телевізійних ток-шоу.

Вивчення та аналіз дискурсу ток-шоу як об'єкта лінгвістичних досліджень дозволяє зробити висновок, що дискурс ток-шоу можна тлумачити як основний центральний процес комунікативної діяльності гостей, глядачів і самого ведучого ток-шоу. Було з'ясовано, що багато дослідників вивчали поняття дискурсу ток-шоу, а саме: Н.Д. Арутюнова, П. Грайс, Е.Л. Доценко, В. Г. Костомаров, Т. В. Мілевська, Ю.Є. Прохоров, П. Серіо, І.А. Стернин, Ю.С. Степанов, Дж. Остін, Н.І. Форманівська, Є.І. Шейгал. Також було виокремлено поняття вербальної комунікації, яке було сформульовано як спілкування за допомогою слів або мовна комунікація, яка передбачає взаємодію мови, мислення, суспільства, культури.

У наступному підрозділі першого розділу було з'ясовано поняття «нاراتив». Наратив – це один із способів репрезентації минулого досвіду за допомогою послідовності впорядкованих речень, які передають часову послідовність подій, наративи функціонують як еквіваленти одиничних мовних актів, таких як відповідь, вислів, претензія тощо. Аналіз еволюції поняття «нاراتив» дозволяє підсумувати, що це поняття знайшло своє тлумачення ще багато сотень років тому. Проте реалізація наратива в сучасному дискурсі ток-шоу має на увазі звернення до минулого досвіду за допомогою невербальних, лексичних та стилістичних засобів.

Виходячи з аналізу дискурсу ток-шоу, поняття «нарратив» та вивчення еволюції нарративу у лінгвістиці, можна підсумувати, що реалізація минулого досвіду – нарративу невербальними та вербальними засобами у дискурсі ток-шоу – це теоретична база нашого дослідження.

У другому розділі було вивчено тематичні та структурні особливості «Шоу Елен Дедженерес» та «Вечірнього шоу» з Джимом Фелоном.

Тематична орієнтація «Шоу Елен Дедженерес» лаконічна, приємна атмосфера ток-шоу дозволяє кожному учаснику комунікації розкритися. Ведуча використовує нарратив як на початку ток-шоу, так і під час кульмінацій та у кінці передачі.

Тематика «Вечірнього шоу» з Джимом Фелоном має більш розважальний характер. Проте ведучий також використовує засоби розгортання нарративу на всіх етапах ток-шоу.

Загалом, в аналізованих ток-шоу засоби презентації нарративу використовуються з метою ілюстрації та для реалізації маніпулятивних тактик, які спрямовані на відгук емоційної сфери глядача.

Порівнюючи тематики «Шоу Елен Дедженерес» та «Вечірнього шоу» з Джимом Фелоном, можна зробити висновок, що ток-шоу мають суспільно-політичну та світську тематичну орієнтацію. У кожному ток-шоу є постійні рубрики, тематика кожного випуску та імпровізація.

Порівнюючи структури «Шоу Елен Дедженерес» та «Вечірнього шоу» з Джимом Фелоном можна зазначити, що структура аналізованих ток-шоу має зачин, кульмінацію та кінцівку. Відмінними рисами є засоби і тактики реалізації нарративу у цих структурних елементах у кожному із ток-шоу.

Третій розділ був присвячений дослідженню вербальних та невербальних засобів презентації нарративу в «Шоу Елен Дедженерес» і «Вечірнє шоу» з Джимом Фелоном. Відповідно до теоретичної бази дослідження, до невербальних засобів були віднесені: міміка, жести, рухи, вираз обличчя тощо.

До вербальних засобів презентації наративу належать лексичні та стилістичні засоби. Варто зазначити, що невербальні засоби розгортання наративу – це звернення до минулого досвіду як ведучих, так і глядачів і гостей студії, оскільки за допомогою жестів ведучі відсилаються як до минулих реплік, так і до загальнолюдських емоційних невербальних проявів.

Аналіз невербальних засобів Елен Дедженерес показав, що частотними невербальними засобами для ведучої є міміка та жестикуляція. Також було виявлено використання Елен Дедженерес закритої пози під час інтерв'ю з гостем. Мова тіла ведучої говорить про дружелюбність, проте, вона не порушує особистий простір гостей студії. Логічні наголоси додають мовленню ведучої емоційності.

Невербальні засоби, які використовує Джимі Фелон, говорять про емоційність ведучого. Наратив презентується Джимі Фелоном за допомогою таких невербальних засобів: характерні амплітудні змахи руками, вираз обличчя, порушення особистого простіру гостей для досягнення ефекту маніпулятивних тактик під час розгортання кульмінації. Він також може викрикувати та перебивати гостей, але робить це наскільки органічно, що ток-шоу не втрачає своєї динаміки.

У наступному підпункті третього розділу було вивчено лексичні засоби розгортання наративу у ток-шоу Елен Дедженерес та Джимі Фелона. Такий аналіз дозволяє підсумувати, що ведучі використовують ввічливі слова, епітети, метафори, фразеологізми у своєму мовленні. Порівняння та вирази незгоди є органічним, оскільки мають гумористичний підтекст.

Аналіз стилістичних особливостей презентації наративів у ток-шоу Елен Дедженерес та Джимі Фелона дозволяє зробити висновок, що Елен Дедженерес більш стримана у своїх висловлюваннях, вона вживає багато схвальних коментарів про своїх гостей, презентуючи наратив, і красно дякує, що ті прийшли. Джимі Фелон вживає більше просторіч, його мовлення динамічніше і

менш розбірливе. Проте, можна констатувати, що ведучі використовують у своєму мовленні розмовний стиль, стилістичними засобами якого і презентується наратив як звернення до минулого досвіду. Спостерігається частотні розповіді про своє минуле, історії з життя самих ведучих та гостей.

Таким чином, ми можемо зробити загальний висновок, що наратив презентується у «Шоу Елен Дедженерес» та у «Вечірньому шоу» з Джимом Фелоном за допомогою невербальних, лексичних та стилістичних засобів, які органічно входять у дискурс ток-шоу та не порушують структуру програм, доповнюють тематичні орієнтири досліджуваних ток-шоу.

## Summary

**Research topic is** – Talk show as a narrative (based on English).

**The urgency of the work** is determined by the need to study the narrative in modern television talk shows, the separation of nonverbal, lexical and stylistic means, which involves the application of a communicative approach to the study of linguistic phenomena.

**The purpose of the study** is to analyze the narrative in modern mass media discourse by studying the topics and structure of English-language talk shows through the prism of the study of verbal and nonverbal means of narrative discourse of such talk shows.

The goal is specified in the following **tasks**:

- consider the discourse of talk shows as an object of linguistic research;
- trace the evolution of the concept of "narrative" in philology;
- analyze the characteristics of the narrative of modern television talk shows;
- analyze the topics of "The Ellen DeGeneres Show" and "Evening Show" with Jim Fallon;
- compare the structures of The Ellen DeGeneres Show and The Evening Show with Jim Fallon;
- explore the nonverbal means of presenting narratives in The Ellen DeGeneres Show and The Evening Show with Jim Fallon.
- explore the lexical features of narratives in The Ellen DeGeneres Show and The Evening Show with Jim Fallon.
- explore the stylistic features of narratives in The Ellen DeGeneres Show and The Evening Show with Jim Fallon.

**The object of research** is the mass media discourse, which is realized in the genre of English-language talk shows.

**The subject of the research** is verbal and non-verbal means of narratives in "The Ellen DeGeneres Show" and "Evening Show" with Jim Fallon.

**The methodological basis of the study** were the works of prominent scholars of linguistics and stylistics. In particular, the works of Z. Harris "Discourse Analysis", P. Bourdieu "On Television and Journalism", E. V. Paducheva "Semantic egocentric categories of language", I. V. Trotsuk "Theory and practice of narrative analysis in sociology".

**The following methodological strategy** was used in the study: a descriptive approach that helped to analyze the linguistic means of the narrative in The Ellen DeGeneres Show and The Evening Show with Jim Fallon.

The structural approach became the leading one for this research, because it described the structure of the narrative of mass media discourse, which includes verbal and nonverbal means of speech, characterized its verbal and nonverbal means, analyzed them on the example of a modern talk show.

**The scientific novelty of the work:**

- 1) the concept of "narrative" is supplemented and clarified;
- 2) described and defined the theme and structure of "The Ellen DeGeneres Show" and "Evening Show" with Jim Fallon;
- 3) the structure of the narrative "The Ellen DeGeneres Show" and "Evening Show" with Jim Fallon is analyzed, the linguistic characteristics of the narrative are highlighted and characterized;
- 4) systematized verbal and nonverbal meaning of narrative of mass media discourse on the material of "The Ellen DeGeneres Show" and "Evening Show" with Jim Fallon.

**The theoretical and practical significance of the work** is due to the fact that it describes the narrative in modern media discourse, and this theoretical material can be used in courses in communication theory, narratology, stylistics and journalism.

**The structure of the work** is determined by the goal and objectives and consists of an introduction, three sections, conclusions and a list of references (... positions).

## Список літератури

1. Алещанова И.В. Цитация в газетном тексте (на материале современной английской и российской прессы): Автореф. дис...канд. филол. наук. – Волгоград, 2000. – 18 с.
2. Андрианова К.В. Лингвопрагматический аспект манипулятивного воздействия в теледикуссии (на материале передач В. Соловьева и М. Шевченко): Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Уфа, 2013. – 28 с.
3. Апресян Ю.Д. Сокровенные смыслы: Слово. Текст. Культура: Сб. статей в честь Н.Д. Арутюновой / Отв. ред. Ю.Д. Апресян. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – 880 с.
4. Артемьева Ю.В. Акты референции в телевизионном дискурсе: Автореф. дис...канд. филол. наук. – Тверь, 2000. – 15 с.
5. Арутюнова Н.Д. О типах диалогического стимулирования // Теория и практика лингвистического описания иноязычной разговорной речи. – Учен. зап. Горьковского пед. ин-та ин. яз., вып. 49, 2011. – 166 с.
6. Баранов А.Н. Введение в прикладную лингвистику/ Учебное пособие. – М.: Эдиториал, 2011. – 360 с.
7. Басенко Н.А., Милевская Т.В. Актуальные проблемы теории коммуникации. – СПб., 2004. – С. 86 – 97.
8. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики: підручник. Київ: Академія, 2004. 344 с.
9. Белая, Г. В. Гносео-онтологическая интерпретация дихотомии «нарратив/текст» / Г. В. Белая, К. И. Симонов // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. — Самара, 2009. — Т. 11, № 4 (5). — С. 1250–1258.
10. Бенвенист, Э. Общая лингвистика [Текст] / Э. Бенвенист, Ю.С. Степанова. – М.: «Прогресс», 1974. – 446 с.

11. Біланчук С. М. Інтенсифікаційні компоненти телевізійного ток-шоу [Текст] // Держава та регіони. Серія Соціальні комунікації, 2012, № Вип. 3.- С.40-44

12. Блинникова, И. В. Психосемантический анализ юмористических текстов / И. В. Блинникова, Е. М. Андрианова // Прикладная юридическая психология: науч. журнал / Акад. права и упр. Федер. службы исполнения наказаний. — 2009. — № 3. — С. 43–54.

13. Бурдьё П. О телевидении и журналистике. – М., 2002. – 160 с.

14. Винокур Т.Г. Говорящий и слушающий. Варианты речевого поведения. – М.: Наука, 2013. – 172 с.

15. Винокур Т.Г. Закономерности стилистического использования языковых единиц. Стилистический узус и синонимия. Монография. – М.: Наука, 2011. – 237 с.

16. Воротнікова І. Г. Загальнолінгвістичні аспекти феномену етикету у сучасній міждисциплінарній науковій парадигмі. Новітня філологія. 2006. № 4 (24). С. 6-12.

17. Гольдин В. Е., Балашова Л. В., Дементьев В. В., Седов К. Ф., Сиротинина О. Б., Федосюк М. Ю. Жанры речи: Сборник научных статей. – М.: Саратов: Изд-во Государственного учебно-научного центра «Колледж», 2014. – 300 с.

18. Грайс Г.П. Логика и речевое общение. – М.: КомКнига, 2011. – 345 с.

19. Гуцол С.Ю. Психологічні особливості неоміфологічного наративу як чинника політичної культури сучасного суспільства. Наукові студії із соціальної та політичної психології. 2011. Вип. 25. С. 12–21.

20. Дейк, Т. А. Ван. Язык. Познание. Коммуникация: сб. работ / Т. А. ван Дейк. — Благовещенск: Изд-во БГК им. И. А. Бодуэна Куртенэ, 2000. — 308 с.

21. Дементьев В. В. Теория речевых жанров. — М.: Знак, 2010. — 600 с. — (Коммуникативные стратегии культуры).
22. Доценко Д.В. Когнитивная и лингвокультурологическая интерпретация в сфере поисков лингвистической структуры. — М.: Высш. Школа, 2014. — 76 с.
23. Дридзе Т.М. Текстовая деятельность в сфере социальной коммуникации // Проблемы семиосоциопсихологии. — М.: Наука, 1984. — С. 275 – 286.
24. Дымарский М. Я. Текст – дискурс – художественный текст // Текст как объект многоаспектного исследования: Сб. ст. научно-методического семинара «Textus». — Ставрополь: Изд-во СГУ, 2001. — Вып. 3. — С. 19.
25. Енин Е. Ю. ДАО разговорной программы. — Екатеринбург: Изд-во Гуманитарного ун-та, 2006. — С. 131–132.
26. Залевская А.А. Введение в психолингвистику. Изд. 2-е, дополн. — М: Российск. гос. гуманит. ун-т, 2007, — 328 с.
27. Зеленін В.В. Історичний міфодизайн як психотехнологія сучасної інформаційно-психологічної війни: базові постулати, завдання та структура міфотворення. Український психологічний журнал. 2018. № 1(7). С. 58–73.
28. Иванова И. В. Жанр интервью: формы бытования и языковые особенности: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / И. В. Иванова. — Астрахань, 2009. — 24 с.
29. Ивченков В.И. Корпоративное издание в коммуникативной среде СМИ: нарративность заголовков и стилистическая неоднородность медиатекста. В: Васильева В.В., редактор. Век информации. Медиа в современном мире. Петербургские чтения. Материалы 56-го международного форума; 13–14 апреля 2017 г.; Санкт-Петербург, Россия. Том 2, № 2. Санкт-Петербург: Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций; 2017. с. 32–33.

30. Исаева Л.В. Языковая игра в поликодовом рекламном тексте. Дисс. канд. филол. наук – Тверь, 2011 – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/yazykovaya-igra-v-polikodovomreklamnom-tekste> (дата звернення 23.10.21)
31. Исакова О.И. Масова свідомість як владна технологія: сутність і механізми реалізації. Регіональні студії. 2018. № 12. С. 57–61.
32. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Изд.6-е, доп. М.: ЛКИ, 2012. 304 с.
33. Канчер М.А. Языковая личность телеведущего в рамках русского риторического этоса (на материале игровых программ): Автореф. дис...канд. филол. наук. – Екатеринбург, 2002. – 20 с.
34. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. – М., 2002.
35. Карасик В.И. Языковые мосты понимания. Москва: ПринТерра-Дизайн; 2019. 524 с.
36. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. – М.: ЛКИ; УРСС Эдиториал, 2010.
37. Кашкин, В. Б. Введение в теорию коммуникации / В. Б. Кашкин. — Воронеж: Изд-во Воронеж, гос. тех. ун-та, 2000. — 175 с.
38. Карпиленко В.А. Використання наративів у когнітивних структурах новин. Інформаційне суспільство. 2014. (липень-грудень). Вип. 20. С. 9–11.
39. Кибрик, А. Е. Лингвистические предпосылки моделирования языковой деятельности / А. Е. Кибрик // Моделирование языковой деятельности в интеллектуальных системах/ под ред. А. Е. Кибрика и А. С. Нариньяни. — М.: Наука. Гл. ред. физ.-мат. лит, 1987. — С. 33–52.
40. Костомаров В.Г. Лингвистический статус массовой коммуникации и проблема «газетного языка» // Психолингвистические проблемы массовой коммуникации. – М., 1974. – 213 с.

41. Кубрякова Е.С. Краткий словарь когнитивных терминов. – М.: Филол. ф–т МГУ им. М. В. Ломоносова, 2014. – 245 с.
42. Кузнецов Г.В. Так работают журналисты ТВ: уч. пособие. – М.: Московский университет, 2004. – 355 с.
43. Лаптева О.А. Живая русская речь с телеэкрана: Разговорный пласт телевизионной речи в нормативном аспекте. – М.: УРСС, 2013. – 520 с.
44. Левицкий Ю.А., Боронникова Н.А. История лингвистических учений. М.: Высшая школа, 2005. 302 с.
45. Лотман, Ю. М. Происхождение сюжета в типологическом освещении // Избранные статьи: в 3 т. / Ю. М. Лотман. — Таллин: Александра, 1992. — Том 1: Статьи по семиотике и топологии культуры. — С. 224–242.
46. Магда Є. Підсумки гібридної п'ятирічки (2014–2019). Вісник Львівського університету. Серія міжнародні відносини. 2019. Вип. 46. С. 65–71.
47. Могилевская Э. Ток-шоу как жанр ТВ: происхождение, разновидности, приемы манипулирования // RELGA. – 2006. – № 15. – С. 23 – 28.
48. Мытарева Н. В. Лингвистический аспект репрезентации межличностных отношений в дискурсе массовой коммуникации (на материале немецкоязычных интервью). – М.: МГЛУ, 1995. – 37 с.
49. Нагорна Л. Поняття й метафори у територіальному аналізі: проблеми адекватності тлумачень. Регіональна історія України: Зб. наук. ст. 2015. Випуск 9. С. 53–68
50. Николаева Т. М. Лингвистика текста. Современное состояние и перспективы. – М.: Наука, 2014. – 58 с.
51. Обухов, А. С. Современные подходы к исследованию личности через нарративные тексты / А. С. Обухов, Е. Е. Чурилова // Преподаватель

XXI век: общерос. журнал о мире образования. — 2009. — № 4. — С. 331–343.

52. Оломская, Н.Н. Прагматические и функциональные аспекты формирования дискурса PR (на материале исследований теледискурса, радиодискурса, компьютерного дискурса и рекламного дискурса): монография / Н.Н. Оломская. Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2011. – 329 с.

53. Падучева Е.В., Ахманова О.С., Мельчук И.А., Фрумкина Р. М. О точных методах исследования языка. – М.: Изд-во МГУ, 2014. – 204 с.

54. Палашевская, И. В. Нарративная организация судебного дискурса / И. В. Палашевская // Инициативы XXI века: науч. и обществ.-просвет. журнал. — 2012. — № 3. — С. 155–159.

55. Парахонський Б.О., Яворська Г.М. Онтологія гібридної війни: гра прихованих смислів. Стратегічна панорама. 2017. № 1. С. 7–16.

56. Попова Е.С. Рекламный текст и проблемы манипуляции: автореф.дисс. ... канд. филол. наук / Е. С. Попова. – Екатеринбург, 2005. – 27 с.

57. Прохоров, Е. П. Введение в теорию журналистики: Учебное пособие / Е. П. Прохоров. - М.: РИП – холдинг, 2002. - С. 135.

58. Расторгуев С.П. Философия информационной войны. – М., 2003.

59. Розумний О.М. Російська політика пам'яті як складова гібридної агресії проти України: технологія, результативність, способи протидії. Стратегічні пріоритети. 2017. № 3. С. 67–77.

60. Серио П. Структура и целостность. Об интеллектуальных истоках структурализма в Центральной и Восточной Европе 1920-30 гг. – М.: Языки славянской культуры, 2001. – 362 с.

61. Симонова, К.Н. Функционально-семантическое поле количественности в современном английском языке в сопоставлении с

другим языком [Текст]: автореф. дис. ... канд. филол. наук / К.Н. Симонова. – Ростов-на-Дону, 2003. – 206 с.

62. Сиротинина О.Б. Современная разговорная речь и ее особенности. – М.: Изд-во Москва, 2015. – 23 с.

63. Солганик Г.Я. К определению понятий «текст» и «медиа-текст» // Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика. 2005. №2. С. 7–15.

64. Степанова, Т. В. Текстовая компетенция младшего школьника и ее гендерная составляющая / Т. В. Степанова // Вестник Новгородского государственного университета имени Ярослава Мудрого. — Новгород, 2007. — № 43. — С. 9–12.

65. Стернин И.А. Введение в речевое воздействие. – Воронеж, 2001. – 252 с.

66. Стяжкіна О. Дискурс окупації як механізм осмислення російської агресії проти України. Нові сторінки історії Донбасу. 2016. Кн. 25. С. 71–99.

67. Суший О.В. Глибинні рифи українського націєтворення: архетипна програма конфлікту. Проблеми політичної психології. 2017. Вип. 5(19). С. 103–121.

68. Телевизионная журналистика. Учебник. Под ред. Кузнецова Г.В., Цвик В.Л., Юровского А.Я. М., 2002. – С. 239.

69. Троцук, И. В. Теория и практика нарративного анализа в социологии: моногр. / И. В. Троцук. — М.: Уникум-центр, 2006. — 207 с.

70. Трубина, Е. Г. Нарратология: основы, проблемы, перспективы [электронный ресурс]: материалы к спецкурсу / Е. Г. Трубина; Урал. гос. ун-т. — Екатеринбург, 2002. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.burnlib.com/x/psylib/info/1596.html> (дата звернення: 17.10.21).

71. Ухова Л.В. Речевые средства реализации авторского намерения в жанре телеинтервью (на материале программ К.Прошутинской «Мужчина

и женщина» и А.Караулова «Момент инстинты»): Автореф. дис...канд. филол. наук. – Ярославль, 2001. – 19 с.

72. Чарыкова О. Н., Попова З.Д., Стернин И.А. Основы теории языка и коммуникации: учебное пособие. – М.: Флинта; Наука, 2012. – 312 с.

73. Чурилова, Е. Е. Реконструкция нарративной идентичности / Е. Е. Чурилова // Развитие личности. — 2009. — № 3. — С. 208–234.

74. Формановская Н.И. Речевое взаимодействие: коммуникация и прагматика. – М.: ИКАР, 2007. – 433 с.

75. Фуко, М. Слова и вещи: археология гуманитарных наук / М. Фуко. — М.: Прогресс, 1977. — 488 с.

76. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. – Москва, 2000. – 367 с.

77. Шестеркина Л.П. Методика телевизионной журналистики [Электронный ресурс]: учеб.пособие / Л. Шестеркина, Т.Д. Николаева. — М.: Аспект Пресс, 2012.

78. Шкіль С.О. Традиційні російські світоглядні наративи. Гілея: науковий вісник: Зб. наук. пр. 2015. Вип. 103. С. 214–218.

79. Carpignano, P., Andersen, R., Aronowitz, St. and Fazio, W. “Chatter in the Age of Electronic Reproduction: Talk Television and the «Public Mind» / P. Carpignano, R. Andersen, St. Aronowitz, and W. di Fazio // Social Text (1990):52.

80. Franzosi, R. Narrative Analysis—or Why (and How) Sociologists should be Interested in Narrative / R. Franzosi // Annual Review of Sociology. — 1998. — Vol. 24. — P. 517–554.

81. Gamson, J. Taking the Talk Show Challenge: Television, Emotion, and Public Spheres / J. Gamson – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://e.booksc.org/book/8863730/9956d6> (дата звернення 23.10.21)

82. Gilbaya, A. Talk Show Media Phase II/ A. Gilbaya – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: [http://www.academia.edu/6674355/Talk\\_Show\\_Media\\_Phase\\_II](http://www.academia.edu/6674355/Talk_Show_Media_Phase_II) (дата звернения 23.10.21)
83. Harris Z.B. Papers in Structural and Transformational Linguistics, 2011. – 73 p.
84. Labov, W. Narrative Analysis: Oral Versions of Personal Experience— Three Decades of Narrative Analysis / William Labov and Joshua Waletzky // Oral versions of Personal Experience: A special issue of the Journal of Narrative and Life History / guest ed. by Michael Bamberg. — 1997. — Vol. 7, #1–4. — P. 3–38.
85. Livingstone and Lunt, Talk on Television, 31, 33. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: [https://www.researchgate.net/publication/48911819\\_Talk\\_on\\_Television\\_Audience\\_Participation\\_and\\_Public\\_Debate](https://www.researchgate.net/publication/48911819_Talk_on_Television_Audience_Participation_and_Public_Debate) (дата звернения 23.10.21)
86. Moran A., Malbon J. Understanding the global TV format. Intellect Books, 2006. 256 p.
87. Neil Patrick Harris on His Kids and Christmas. TheEllenShow. 2017. URL: : [https://www.youtube.com/watch?v=UFNtd\\_jdfbg](https://www.youtube.com/watch?v=UFNtd_jdfbg).
88. Timberg, B.M., Erler, B. Television talk: a history of the TV talk show / B.M Timberg, B. Erler // University of Texas Press.2002. 416 p.
89. «The Ellen Show» URL: – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/user/TheEllenShow> (дата звернения 05.09.21)
90. The Tonight Show Starring Jimmy Fallon. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/c/fallontonight> (дата звернения: 19.09.21).
91. Tolson, A. Television Talk Shows. New York: Routledge, 2001.

92. Vicki Abt and Leonard Mustazza, *Coming After Oprah: Cultural Fallout in the Age of the TV Talk Show* // Bowling Green, OH: Popular Press, 1997, 20.95 - Pp. 205. ISBN 0 87972 752 7.

### **Ілюстративні джерела:**

- 93.«President Trump met with Kanye West at the White house. You told me 10 years ago Trump and Kanye would be meeting at the White house, I'd have said 'Oh my god Kanye becoming president'»  
[[https://www.youtube.com/watch?v=\\_n\\_78kduHrI&list=PLykyzf464sU9-FH29krWivpIS0H\\_Xre\\_96](https://www.youtube.com/watch?v=_n_78kduHrI&list=PLykyzf464sU9-FH29krWivpIS0H_Xre_96)]
- 94.«Thank you so much.// Good to see you // Good // Oh, good»  
[<https://www.youtube.com/watch?v=YGcDSbDPw-w&list=PLuW4g7xujBWeD1usodkQ5KV4FFIV1ke-g>].
- 95.«Oh, My God. Thank you so much. I feel the same about you. You are the best audience»  
[<https://www.youtube.com/watch?v=YGcDSbDPw-w&list=PLuW4g7xujBWeD1usodkQ5KV4FFIV1ke-g>].
- 96.«Thanks for being here» [ <https://www.youtube.com/watch?v=YGcDSbDPw-w&list=PLuW4g7xujBWeD1usodkQ5KV4FFIV1ke-g>]
- 97.«Thank you so much. I know no one is perfect but he is...»  
[<https://www.youtube.com/watch?v=YGcDSbDPw-w&list=PLuW4g7xujBWeD1usodkQ5KV4FFIV1ke-g>].
- 98.«Here is some else I am gonna show you because I saw and if I see it you have to see it. I apologize but I saw it and you have to see it»  
[<https://www.youtube.com/watch?v=0PkmLZ6fmBs&list=PLuW4g7xujBWcE29BfJmzLC8my0JbWkRHZ>].

99. «This is new show on TLC called «The Virgins 'diaries». Have you heard about this? It starts this Sunday»  
[<https://www.youtube.com/watch?v=0PkmLZ6fmBs&list=PLuW4g7xujBWcE29BfJmzLC8my0JbWkRHz>].
100. «Have you heard about this?»  
[<https://www.youtube.com/watch?v=0PkmLZ6fmBs&list=PLuW4g7xujBWcE29BfJmzLC8my0JbWkRHz>]
101. «Ok, Let's talk about your film better»  
[<https://www.youtube.com/watch?v=0PkmLZ6fmBs&list=PLuW4g7xujBWcE29BfJmzLC8my0JbWkRHz>]
102. «I'd also think so»  
[<https://www.youtube.com/watch?v=0PkmLZ6fmBs&list=PLuW4g7xujBWcE29BfJmzLC8my0JbWkRHz>]
103. «Find out who you are and be that person. That your soup was put on this Earth to yourself. Find that truth, live that truth and everything else will come.  
[<https://www.youtube.com/watch?v=iTZBMxJFQkE&list=PLuW4g7xujBWcK CWDxl6MP16kA4DMxrUoV>]
104. «And this year, you have to make a resolution, right now. My goal is to make the show better, for you.  
[<https://www.youtube.com/watch?v=iTZBMxJFQkE&list=PLuW4g7xujBWcK CWDxl6MP16kA4DMxrUoV>]
105. «I'm so excited that you're here to tell you in person how great 'Big Little Lies' is. You are so good in that.»[  
<https://www.youtube.com/watch?v=iTZBMxJFQkE&list=PLuW4g7xujBWcK CWDxl6MP16kA4DMxrUoV>]
106. «Did you watch «Big Little Lies»?»  
[<https://www.youtube.com/watch?v=iTZBMxJFQkE&list=PLuW4g7xujBWcK CWDxl6MP16kA4DMxrUoV>]

107. «Oh, good! Thank you!»  
[<https://www.youtube.com/watch?v=iTZBMxJFQkE&list=PLuW4g7xujBWcK CWDxl6MP16kA4DMxrUoV>]
108. «Your baby is gorgeous! What a cute little kid!»  
[[https://www.youtube.com/watch?v=\\_n\\_78kduHrI&list=PLykHzf464sU9-FH29krWivpIS0H\\_Xre\\_96](https://www.youtube.com/watch?v=_n_78kduHrI&list=PLykHzf464sU9-FH29krWivpIS0H_Xre_96)]
109. «I was looking a birthday present for him, don't laugh, in antique store, but...»[90].
110. «Well! Babies love antique! Ha-ha-ha...»  
[[https://www.youtube.com/watch?v=\\_n\\_78kduHrI&list=PLykHzf464sU9-FH29krWivpIS0H\\_Xre\\_96](https://www.youtube.com/watch?v=_n_78kduHrI&list=PLykHzf464sU9-FH29krWivpIS0H_Xre_96)]
111. «Had you met before?» [[https://www.youtube.com/watch?v=KiBS-dbv\\_x0&list=PLuW4g7xujBWeiOJ-C-pZCTdUMWucxeMNQ](https://www.youtube.com/watch?v=KiBS-dbv_x0&list=PLuW4g7xujBWeiOJ-C-pZCTdUMWucxeMNQ)],
112. «How long ago was this?» [[https://www.youtube.com/watch?v=KiBS-dbv\\_x0&list=PLuW4g7xujBWeiOJ-C-pZCTdUMWucxeMNQ](https://www.youtube.com/watch?v=KiBS-dbv_x0&list=PLuW4g7xujBWeiOJ-C-pZCTdUMWucxeMNQ)],
113. «Have your kids met each other?»  
[[https://www.youtube.com/watch?v=KiBS-dbv\\_x0&list=PLuW4g7xujBWeiOJ-C-pZCTdUMWucxeMNQ](https://www.youtube.com/watch?v=KiBS-dbv_x0&list=PLuW4g7xujBWeiOJ-C-pZCTdUMWucxeMNQ)],
114. «Is she still there?» [[https://www.youtube.com/watch?v=KiBS-dbv\\_x0&list=PLuW4g7xujBWeiOJ-C-pZCTdUMWucxeMNQ](https://www.youtube.com/watch?v=KiBS-dbv_x0&list=PLuW4g7xujBWeiOJ-C-pZCTdUMWucxeMNQ)]
115. «I see» [[https://www.youtube.com/watch?v=KiBS-dbv\\_x0&list=PLuW4g7xujBWeiOJ-C-pZCTdUMWucxeMNQ](https://www.youtube.com/watch?v=KiBS-dbv_x0&list=PLuW4g7xujBWeiOJ-C-pZCTdUMWucxeMNQ)],
116. «Right» [[https://www.youtube.com/watch?v=KiBS-dbv\\_x0&list=PLuW4g7xujBWeiOJ-C-pZCTdUMWucxeMNQ](https://www.youtube.com/watch?v=KiBS-dbv_x0&list=PLuW4g7xujBWeiOJ-C-pZCTdUMWucxeMNQ)],
117. «I understand» [[https://www.youtube.com/watch?v=KiBS-dbv\\_x0&list=PLuW4g7xujBWeiOJ-C-pZCTdUMWucxeMNQ](https://www.youtube.com/watch?v=KiBS-dbv_x0&list=PLuW4g7xujBWeiOJ-C-pZCTdUMWucxeMNQ)].
118. «He's hilarious, isn't he?» [[https://www.youtube.com/watch?v=KiBS-dbv\\_x0&list=PLuW4g7xujBWeiOJ-C-pZCTdUMWucxeMNQ](https://www.youtube.com/watch?v=KiBS-dbv_x0&list=PLuW4g7xujBWeiOJ-C-pZCTdUMWucxeMNQ)],

119. «She has to know how cool you are, right?»  
[[https://www.youtube.com/watch?v=LQO\\_wZBb0qM&list=PLuW4g7xujBWeW11tzHju6XE\\_3cVJPrVcP](https://www.youtube.com/watch?v=LQO_wZBb0qM&list=PLuW4g7xujBWeW11tzHju6XE_3cVJPrVcP)]
120. «Oh my Gosh! That's incredible!»  
[[https://www.youtube.com/watch?v=\\_n\\_78kduHrI&list=PLykyzf464sU9-FH29krWivpIS0H\\_Xre\\_96](https://www.youtube.com/watch?v=_n_78kduHrI&list=PLykyzf464sU9-FH29krWivpIS0H_Xre_96)],
121. «Mommy is a professional actor, hello!»  
[[https://www.youtube.com/watch?v=\\_n\\_78kduHrI&list=PLykyzf464sU9-FH29krWivpIS0H\\_Xre\\_96](https://www.youtube.com/watch?v=_n_78kduHrI&list=PLykyzf464sU9-FH29krWivpIS0H_Xre_96)];
122. «I love that!»  
[[https://www.youtube.com/watch?v=5Ov8xEuX2XI&list=PLykyzf464sU9\\_KKMCCp\\_6aqDoekiww\\_KXx](https://www.youtube.com/watch?v=5Ov8xEuX2XI&list=PLykyzf464sU9_KKMCCp_6aqDoekiww_KXx)];
123. «Now it's chemistry. It's too late, baby!»  
[[https://www.youtube.com/watch?v=5Ov8xEuX2XI&list=PLykyzf464sU9\\_KKMCCp\\_6aqDoekiww\\_KXx](https://www.youtube.com/watch?v=5Ov8xEuX2XI&list=PLykyzf464sU9_KKMCCp_6aqDoekiww_KXx)];
124. «C'mon, the hair is unbelievable!»  
[[https://www.youtube.com/watch?v=5Ov8xEuX2XI&list=PLykyzf464sU9\\_KKMCCp\\_6aqDoekiww\\_KXx](https://www.youtube.com/watch?v=5Ov8xEuX2XI&list=PLykyzf464sU9_KKMCCp_6aqDoekiww_KXx)].
125. «I was really shocked to hear that»  
[[https://www.youtube.com/watch?v=LQO\\_wZBb0qM&list=PLuW4g7xujBWeW11tzHju6XE\\_3cVJPrVcP](https://www.youtube.com/watch?v=LQO_wZBb0qM&list=PLuW4g7xujBWeW11tzHju6XE_3cVJPrVcP)]
126. «I was extremely happy to get that gift!»  
[[https://www.youtube.com/watch?v=LQO\\_wZBb0qM&list=PLuW4g7xujBWeW11tzHju6XE\\_3cVJPrVcP](https://www.youtube.com/watch?v=LQO_wZBb0qM&list=PLuW4g7xujBWeW11tzHju6XE_3cVJPrVcP)]
127. «I was like you, guys, can't be fighting with each other, that's ridiculous»; «So you've always been like a daredevil, because you've swum with sharks and you've jumped out of an airplane»

[[https://www.youtube.com/watch?v=LQO\\_wZBb0qM&list=PLuW4g7xujBWeW11tzHju6XE\\_3cVJPrVcP](https://www.youtube.com/watch?v=LQO_wZBb0qM&list=PLuW4g7xujBWeW11tzHju6XE_3cVJPrVcP)]

128. «Jennifer, you look fantastic!»  
[[https://www.youtube.com/watch?v=LQO\\_wZBb0qM&list=PLuW4g7xujBWeW11tzHju6XE\\_3cVJPrVcP](https://www.youtube.com/watch?v=LQO_wZBb0qM&list=PLuW4g7xujBWeW11tzHju6XE_3cVJPrVcP)];
129. «Here to make його daytime television debut, please welcome the adorable Justin Bieber!»  
[[https://www.youtube.com/watch?v=LQO\\_wZBb0qM&list=PLuW4g7xujBWeW11tzHju6XE\\_3cVJPrVcP](https://www.youtube.com/watch?v=LQO_wZBb0qM&list=PLuW4g7xujBWeW11tzHju6XE_3cVJPrVcP)]
130. «I'm very happy the album is finally out. I think I was holding my breath for 4 years and then finally I just exhaled»; «I think it was a way of me hoping I could just be a voice for people who are in the same situation I'm in, whether it's something mentally that people struggle with or relationships, friendships»  
[89].
131. « To get the reviews that I've gotten has validated the fact that I do know I'm a real artist.»  
[[https://www.youtube.com/watch?v=5Ov8xEuX2XI&list=PLyKzf464sU9\\_KK MCCp\\_6aqDoekiwv\\_KXx](https://www.youtube.com/watch?v=5Ov8xEuX2XI&list=PLyKzf464sU9_KK MCCp_6aqDoekiwv_KXx)].
132. You have to shampoo it, yeah. / And do you put conditioner in it? / I did. I did put conditioner on it. / Because you wanted it to be soft? / You do want it to be soft. Otherwise it gets like a Brillo pad.  
[<https://www.youtube.com/watch?v=IJrVN9WosfI&list=PLuW4g7xujBWcWwvtDZQfh21KuuENbN3vq>]
133. «You know, she is a little princess with, obviously, Victoria. She's a mummy's girl but also she's a big daddy's girl якi I'm over the moon about»  
[89].
134. «She started yelling at me and I was like: «Wait, I told you I'd come at ninish.»

[<https://www.youtube.com/watch?v=IJrVN9WosfI&list=PLuW4g7xujBWcWwvtDZQfh21KuuENbN3vq>].

135. Stormy by the way is precious! / She is so cute. / I mean that little girl is so-o adorable!

[[https://www.youtube.com/watch?v=5Ov8xEuX2XI&list=PLyKzf464sU9\\_KK MCCp\\_6aqDoekiwv\\_KXx](https://www.youtube.com/watch?v=5Ov8xEuX2XI&list=PLyKzf464sU9_KK MCCp_6aqDoekiwv_KXx)].

136. «And finally, me and my brother, we were fighting so hard – this is like some hillbilly stuff. He locked us inside of the car on the side of the freeway and said that we needed to figure it out. Little did he know we would fight until somebody is out.»

[<https://www.youtube.com/watch?v=IJrVN9WosfI&list=PLuW4g7xujBWcWwvtDZQfh21KuuENbN3vq>].

137. «I just want to talk about your beard for a minute because it's quite something.»

[<https://www.youtube.com/watch?v=IJrVN9WosfI&list=PLuW4g7xujBWcWwvtDZQfh21KuuENbN3vq>].

138. «What happened was when we were in flight ... It was very turbulent and everyone else is as calm as a cucumber, because they're not afraid of flying.»

[<https://www.youtube.com/watch?v=IJrVN9WosfI&list=PLuW4g7xujBWcWwvtDZQfh21KuuENbN3vq>].

139. «Have you heard about the release of his new album? Of course, you've heard!»

[<https://www.youtube.com/watch?v=IJrVN9WosfI&list=PLuW4g7xujBWcWwvtDZQfh21KuuENbN3vq>],

140. «Ladies and gentleman, you can also see him in the movie «Mike and Dave Need Wedding Dates» which is coming out July» [90].

141. «We're not expecting to hear that!»  
[<https://www.youtube.com/watch?v=IZ5izPbcgG4&list=PLuW4g7xujBWc3Fgp9G-5hkhpoJyFuSDBc>]
142. «I love how tactful jokes were written for this movie»  
[[https://www.youtube.com/watch?v=82QbMrg2HoI&list=PLYkzf464sU98K4o7ZInCuHJJpan\\_chdT6](https://www.youtube.com/watch?v=82QbMrg2HoI&list=PLYkzf464sU98K4o7ZInCuHJJpan_chdT6)]
143. «Welcome back, everybody! – Hello, Jennifer!»  
[<https://www.youtube.com/watch?v=IZ5izPbcgG4&list=PLuW4g7xujBWc3Fgp9G-5hkhpoJyFuSDBc>]
144. «Higher first guest is Emmy Award Winner, Golden Globe and an Academy Award winning actor who stars with Robert de Niro in big new movie called «The Intern» which is coming out this Friday. Ladies and gentleman, please welcome a talented hardworking lady – Ann Hathaway!»  
[[https://www.youtube.com/watch?v=82QbMrg2HoI&list=PLYkzf464sU98K4o7ZInCuHJJpan\\_chdT6](https://www.youtube.com/watch?v=82QbMrg2HoI&list=PLYkzf464sU98K4o7ZInCuHJJpan_chdT6)]
145. «I don't know what people are afraid of. Maybe they think it will somehow affect the children. And I must admit that I was raised by two heterosexuals ... I was surrounded by heterosexuals. And they did not affect me in any way ... People will be who they are. And we need to learn to love them for who they are and let them love those they want to love.»  
[<https://www.youtube.com/watch?v=IZ5izPbcgG4&list=PLuW4g7xujBWc3Fgp9G-5hkhpoJyFuSDBc>].
146. «How many times a week do you go grocery shopping?»  
[[https://www.youtube.com/watch?v=82QbMrg2HoI&list=PLYkzf464sU98K4o7ZInCuHJJpan\\_chdT6](https://www.youtube.com/watch?v=82QbMrg2HoI&list=PLYkzf464sU98K4o7ZInCuHJJpan_chdT6)]
147. «What thing do you do when you leave office?»  
[[https://www.youtube.com/watch?v=82QbMrg2HoI&list=PLYkzf464sU98K4o7ZInCuHJJpan\\_chdT6](https://www.youtube.com/watch?v=82QbMrg2HoI&list=PLYkzf464sU98K4o7ZInCuHJJpan_chdT6)],

148. «Do you keep in touch with your exwife?»  
[<https://www.youtube.com/watch?v=IZ5izPbcgG4&list=PLuW4g7xujBWc3Fgp9G-5hkhpoJyFuSDBc>],
149. «Are you sure about what you're doing?»  
[[https://www.youtube.com/watch?v=82QbMrg2HoI&list=PLykHzf464sU98K4o7ZInCuHJJpan\\_chdT6](https://www.youtube.com/watch?v=82QbMrg2HoI&list=PLykHzf464sU98K4o7ZInCuHJJpan_chdT6)],
150. «He knows where the camera is and everything. Well, he is a famous dog, couse he just found the camera!»  
[[https://www.youtube.com/watch?v=MIPd6zWjd\\_0&list=PLykHzf464sU98UfiB9Utg94jaPDu4TK6\\_m](https://www.youtube.com/watch?v=MIPd6zWjd_0&list=PLykHzf464sU98UfiB9Utg94jaPDu4TK6_m)].
151. «Could, could, could you give us maybe a taste of free style ... Can you do?»  
[[https://www.youtube.com/watch?v=MIPd6zWjd\\_0&list=PLykHzf464sU98UfiB9Utg94jaPDu4TK6\\_m](https://www.youtube.com/watch?v=MIPd6zWjd_0&list=PLykHzf464sU98UfiB9Utg94jaPDu4TK6_m)].
152. «Dude, you know, I didn't even know you had a record out! / Are you nuts? / I've also saw this championship last Friday.»  
[[https://www.youtube.com/watch?v=MIPd6zWjd\\_0&list=PLykHzf464sU98UfiB9Utg94jaPDu4TK6\\_m](https://www.youtube.com/watch?v=MIPd6zWjd_0&list=PLykHzf464sU98UfiB9Utg94jaPDu4TK6_m)],
153. «I know about your strong mind.»  
[[https://www.youtube.com/watch?v=MIPd6zWjd\\_0&list=PLykHzf464sU98UfiB9Utg94jaPDu4TK6\\_m](https://www.youtube.com/watch?v=MIPd6zWjd_0&list=PLykHzf464sU98UfiB9Utg94jaPDu4TK6_m)].
154. «No, he just gets it. - Yeah, he just gets it, right.»  
[[https://www.youtube.com/watch?v=MIPd6zWjd\\_0&list=PLykHzf464sU98UfiB9Utg94jaPDu4TK6\\_m](https://www.youtube.com/watch?v=MIPd6zWjd_0&list=PLykHzf464sU98UfiB9Utg94jaPDu4TK6_m)],
155. «I am so nervous. This is my... I don't speak. It's my first time speaking in front of people. - Your first time? ...You've never been on the talk show?»  
[<https://www.youtube.com/watch?v=IZ5izPbcgG4&list=PLuW4g7xujBWc3Fgp9G-5hkhpoJyFuSDBc>].

156. «Mustard – What? Mustard? Mustard is so delicious!»  
[[https://www.youtube.com/watch?v=MIPd6zWjd\\_0&list=PLykzf464sU98UfiB9Utg94jaPDu4TK6\\_m](https://www.youtube.com/watch?v=MIPd6zWjd_0&list=PLykzf464sU98UfiB9Utg94jaPDu4TK6_m)].
157. «Are you ever afraid, because at the times, you have to be very careful with employees»  
[<https://www.youtube.com/watch?v=IZ5izPbcgG4&list=PLuW4g7xujBWc3Fgp9G-5hkhpoJyFuSDBc>],
158. «I wear pink every Wednesday as a rule.»  
[[https://www.youtube.com/watch?v=MIPd6zWjd\\_0&list=PLykzf464sU98UfiB9Utg94jaPDu4TK6\\_m](https://www.youtube.com/watch?v=MIPd6zWjd_0&list=PLykzf464sU98UfiB9Utg94jaPDu4TK6_m)],
159. «Don't worry: it's only my flight of fancy.»  
[[https://www.youtube.com/watch?v=MIPd6zWjd\\_0&list=PLykzf464sU98UfiB9Utg94jaPDu4TK6\\_m](https://www.youtube.com/watch?v=MIPd6zWjd_0&list=PLykzf464sU98UfiB9Utg94jaPDu4TK6_m)],
160. «Dude, you work your butt off.»  
[[https://www.youtube.com/watch?v=MIPd6zWjd\\_0&list=PLykzf464sU98UfiB9Utg94jaPDu4TK6\\_m](https://www.youtube.com/watch?v=MIPd6zWjd_0&list=PLykzf464sU98UfiB9Utg94jaPDu4TK6_m)].
161. «That was already 510 monologues and shows by me. Wow, that there are many of my conversations with you listening. And I do thank you for that. New turn off TV i go outside and play, mama is going to take a little nap»  
[<https://www.youtube.com/watch?v=IZ5izPbcgG4&list=PLuW4g7xujBWc3Fgp9G-5hkhpoJyFuSDBc>],
162. «I know Justin as the sweetest, kindest guy. And, tell everybody what you did»  
[[https://www.youtube.com/watch?v=4v3zGl7YE4A&list=PLuW4g7xujBWdOtk\\_iTheJ0nJy-QriiU2X](https://www.youtube.com/watch?v=4v3zGl7YE4A&list=PLuW4g7xujBWdOtk_iTheJ0nJy-QriiU2X)].
163. «Well there is no one like our new guest today. Her new disc calls «Rebel heart». Please, welcome very wonderful and only one Madonna!» //  
Welcome the one and only Robin Williams»

[[https://www.youtube.com/watch?v=4v3zGI7YE4A&list=PLuW4g7xujBWdOtk\\_iTheJ0nJy-QriiU2X](https://www.youtube.com/watch?v=4v3zGI7YE4A&list=PLuW4g7xujBWdOtk_iTheJ0nJy-QriiU2X)].

164. «Oh, we just kill our stage manager, but don't worry, it's not the most terrible in life, but I am!»

[[https://www.youtube.com/watch?v=MIPd6zWjd\\_0&list=PLykzf464sU98UfiB9Utg94jaPDU4TK6\\_m](https://www.youtube.com/watch?v=MIPd6zWjd_0&list=PLykzf464sU98UfiB9Utg94jaPDU4TK6_m)].

165. «This is our Challenges and obstacles that give us layers of depth and make us interesting. Are they fun when they happen? No. But they are something that you are not ordinary but unique. And that's what I know for sure... I think.» [89].

166. «You have 6 million stars, 26 million albums, 76 № 1 singles, also tomorrow»

[[https://www.youtube.com/watch?v=MIPd6zWjd\\_0&list=PLykzf464sU98UfiB9Utg94jaPDU4TK6\\_m](https://www.youtube.com/watch?v=MIPd6zWjd_0&list=PLykzf464sU98UfiB9Utg94jaPDU4TK6_m)],

167. «Please welcome the hilarious Wanda Sykes»

[[https://www.youtube.com/watch?v=MIPd6zWjd\\_0&list=PLykzf464sU98UfiB9Utg94jaPDU4TK6\\_m](https://www.youtube.com/watch?v=MIPd6zWjd_0&list=PLykzf464sU98UfiB9Utg94jaPDU4TK6_m)]

168. «...one of the our favorite people in the world..»

[[https://www.youtube.com/watch?v=4v3zGI7YE4A&list=PLuW4g7xujBWdOtk\\_iTheJ0nJy-QriiU2X](https://www.youtube.com/watch?v=4v3zGI7YE4A&list=PLuW4g7xujBWdOtk_iTheJ0nJy-QriiU2X)].

169. «Thank you for being here!»

[[https://www.youtube.com/watch?v=8t2z9pbVeEI&list=PLykzf464sU9\\_IaqVepJicNJoFly-5BaHW](https://www.youtube.com/watch?v=8t2z9pbVeEI&list=PLykzf464sU9_IaqVepJicNJoFly-5BaHW)],

170. «But it's nice to see you!»

[[https://www.youtube.com/watch?v=8t2z9pbVeEI&list=PLykzf464sU9\\_IaqVepJicNJoFly-5BaHW](https://www.youtube.com/watch?v=8t2z9pbVeEI&list=PLykzf464sU9_IaqVepJicNJoFly-5BaHW)],

171. «Always great seeing you, buddy!»  
[[https://www.youtube.com/watch?v=8t2z9pbVeEI&list=PLykHzf464sU9\\_IaqVe pJicNJoFly-5BaHW](https://www.youtube.com/watch?v=8t2z9pbVeEI&list=PLykHzf464sU9_IaqVe pJicNJoFly-5BaHW)],
172. «I am very excited that you are here!»  
[[https://www.youtube.com/watch?v=8t2z9pbVeEI&list=PLykHzf464sU9\\_IaqVe pJicNJoFly-5BaHW](https://www.youtube.com/watch?v=8t2z9pbVeEI&list=PLykHzf464sU9_IaqVe pJicNJoFly-5BaHW)],
173. «Thank you so much» // «I really appreciate it, really appreciate your being here» // «Bye everybody»  
[[https://www.youtube.com/watch?v=4v3zGI7YE4A&list=PLuW4g7xujBWdOt k\\_iTheJ0nJy-QriiU2X](https://www.youtube.com/watch?v=4v3zGI7YE4A&list=PLuW4g7xujBWdOt k_iTheJ0nJy-QriiU2X)].
174. «You look gorgeous!»  
[[https://www.youtube.com/watch?v=8t2z9pbVeEI&list=PLykHzf464sU9\\_IaqVe pJicNJoFly-5BaHW](https://www.youtube.com/watch?v=8t2z9pbVeEI&list=PLykHzf464sU9_IaqVe pJicNJoFly-5BaHW)],
175. «Look you sharp!»  
[[https://www.youtube.com/watch?v=8t2z9pbVeEI&list=PLykHzf464sU9\\_IaqVe pJicNJoFly-5BaHW](https://www.youtube.com/watch?v=8t2z9pbVeEI&list=PLykHzf464sU9_IaqVe pJicNJoFly-5BaHW)],
176. «You smell wonderful!»  
[[https://www.youtube.com/watch?v=8t2z9pbVeEI&list=PLykHzf464sU9\\_IaqVe pJicNJoFly-5BaHW](https://www.youtube.com/watch?v=8t2z9pbVeEI&list=PLykHzf464sU9_IaqVe pJicNJoFly-5BaHW)],
177. «I like your dress. It is fantastic!»  
[[https://www.youtube.com/watch?v=8t2z9pbVeEI&list=PLykHzf464sU9\\_IaqVe pJicNJoFly-5BaHW](https://www.youtube.com/watch?v=8t2z9pbVeEI&list=PLykHzf464sU9_IaqVe pJicNJoFly-5BaHW)].
178. «You think I am gorgeous? // I mean if I need to say it, maybe I would say yeah, you are gorgeous. // Thank you so much! You did not have to... We didn't tape it? Perfect!»  
[[https://www.youtube.com/watch?v=8t2z9pbVeEI&list=PLykHzf464sU9\\_IaqVe pJicNJoFly-5BaHW](https://www.youtube.com/watch?v=8t2z9pbVeEI&list=PLykHzf464sU9_IaqVe pJicNJoFly-5BaHW)].

179. «You can influence people. I was influenced by Steve Martin i Woody Allen, but I never tried to be someone else. I always tried to be myself. And the reason why people are successful is they 're unique»  
[[https://www.youtube.com/watch?v=4v3zGI7YE4A&list=PLuW4g7xujBWdOtk\\_iTheJ0nJy-QriiU2X](https://www.youtube.com/watch?v=4v3zGI7YE4A&list=PLuW4g7xujBWdOtk_iTheJ0nJy-QriiU2X)].
180. «This is one of the best moments and you don't think it is gonna come. // It's fantastic! I understand you. It's really fantastic!»  
[[https://www.youtube.com/watch?v=82QbMrg2HoI&list=PLYkzf464sU98K4o7ZInCuHJJpan\\_chdT6](https://www.youtube.com/watch?v=82QbMrg2HoI&list=PLYkzf464sU98K4o7ZInCuHJJpan_chdT6)],
181. «It's baby number two? // Baby number two. // Wow!»  
[[https://www.youtube.com/watch?v=82QbMrg2HoI&list=PLYkzf464sU98K4o7ZInCuHJJpan\\_chdT6](https://www.youtube.com/watch?v=82QbMrg2HoI&list=PLYkzf464sU98K4o7ZInCuHJJpan_chdT6)].
182. «I've never been to that place before. It is not known for favorable industrial and territorial services, but for its low prices»  
[[https://www.youtube.com/watch?v=4v3zGI7YE4A&list=PLuW4g7xujBWdOtk\\_iTheJ0nJy-QriiU2X](https://www.youtube.com/watch?v=4v3zGI7YE4A&list=PLuW4g7xujBWdOtk_iTheJ0nJy-QriiU2X)],
183. «The world is full of a lot of fear and a lot of negativity, and a lot of judgment. It's obvious people need to start shifting in joy and happiness. Як corny as it sounds, we need to make a shift»  
[[https://www.youtube.com/watch?v=4v3zGI7YE4A&list=PLuW4g7xujBWdOtk\\_iTheJ0nJy-QriiU2X](https://www.youtube.com/watch?v=4v3zGI7YE4A&list=PLuW4g7xujBWdOtk_iTheJ0nJy-QriiU2X)].
184. «I joined the TSA, when I was 3 years old, yeah.»  
[[https://www.youtube.com/watch?v=82QbMrg2HoI&list=PLYkzf464sU98K4o7ZInCuHJJpan\\_chdT6](https://www.youtube.com/watch?v=82QbMrg2HoI&list=PLYkzf464sU98K4o7ZInCuHJJpan_chdT6)],
185. «I was fourth on July in the White House. I was so nervous to meet you . I was googling to say «Hello» до the First Lady.»  
[[https://www.youtube.com/watch?v=82QbMrg2HoI&list=PLYkzf464sU98K4o7ZInCuHJJpan\\_chdT6](https://www.youtube.com/watch?v=82QbMrg2HoI&list=PLYkzf464sU98K4o7ZInCuHJJpan_chdT6)],

186. «Hello, First Lady, Mrs Obama, Mrs Obama, First Lady. I can't figure it out... I wore a three piece suit that day because I was very... I just wanted to impress you. But it was an outdoor event on the Fourth of July... and I have ahead and first Lady stars speaking and speaking on me: «Oh, honey, oh my gosh, you are so sweaty. Didn't you get a memo? It's a barbecue!»»  
[[https://www.youtube.com/watch?v=82QbMrg2HoI&list=PLYkzf464sU98K4o7ZInCuHJJpan\\_chdT6](https://www.youtube.com/watch?v=82QbMrg2HoI&list=PLYkzf464sU98K4o7ZInCuHJJpan_chdT6)].
187. «I ask people why they have deer heads on their walls. They always say because it's such a beautiful animal. There you go. I think my mother is attractive, but I have photographs of her.»  
[[https://www.youtube.com/watch?v=4v3zGI7YE4A&list=PLuW4g7xujBWdOtk\\_iTheJ0nJy-QriiU2X](https://www.youtube.com/watch?v=4v3zGI7YE4A&list=PLuW4g7xujBWdOtk_iTheJ0nJy-QriiU2X)].