

думка, 1973. – 840 с. **17.** Срезневский И.И. Материалы для словаря древнерусского языка. – Санкт-Петербург : Типография Имп. АН, 1902. – Т. 2. – Стлб. 219-221. **18.** Суперанская А. Общая терминология [Вопросы теории] / А. Суперанская, Н. Подольская, Н. Васильева. – Изд. 6-е – М. : Либроком, 2012. – 248 с. **19.** Тоффлер Э. Третья волна / Элвин Тоффлер. – М. : АСТ, 1999. – 784 с. **20.** Федорченко Е.А. Становление и развитие терминологической лексики таможенного дела в русском языке : Дис. ... д-ра филол. н. : 10.02.01 / Е.А. Федорченко. – М., 2005. – 570 с. **21.** Benedict R. Patterns of Culture / R. Benedict. – Boston, New York : Houghton Mifflin Company, 1934. – pp. 15, 36-37, 64.

Дергач Д.В., к. філол. н.

**МАС-МЕДІЙНИЙ ЖАНР ТОК-ШОУ:
ПРИРОДА, ФУНКЦІЇ,
АСПЕКТОЛОГІЯ ДОСЛІДНИЦЬКОГО ПОШУКУ**

У статті проаналізовано основні функціонально-стилістичні характеристики мас-медійного жанру ток-шоу та визначено аспекти його фахового вивчення.

Ключові слова: ток-шоу, жанр, мас-медіа, лінгвістична аспектологія.

The author analyzes the basic functional and stylistic characteristics of mass media talk show genre and defines the aspects of it's professional study.

Keywords: talk show, genre, mass-media, linguistic aspectology.

В статтє проаналізовано основные функціонально-стилістические характеристики масс-медийного жанра ток-шоу и определено аспекты его исследования.

Ключевые слова: ток-шоу, жанр, масс-медиа, лингвистическая аспектология.

Мас-медійний ресурс, спроектований на актуалізацію прецедентних, важливих подій, їх впливу на динаміку національного або загалом світового простору, характеризується постійним оновленням засобів і способів поширення інформації.

Йдеться не тільки про абсолютні новації, але і про переформатування вже типових для цієї сфери екстра- й інтралінгвальних чинників, що, зважаючи на природу та типи масової комунікації, буде завжди давати різний результат.

У такому разі складно, а іноді й неможливо говорити про константність жанрів мас-медіа, швидше - про типізованість їх мовних, структурних, функціональних доміант, мотивованих завданнями та реаліями комунікативної ситуації. Відкритість інформаційних кордонів зумовлює уніфікований характер мови мас-медійних текстів, а отже, і їх загальнодоступність, загальнозрозумілість. У першу чергу, це відображається на експресивному рівні структурування та мовного оформлення матеріалу, що загалом мотивується прагматичною функцією медіасфери, її апелюванням до масової аудиторії. Це також пояснює варіативний характер відомої в гуманітаристиці жанрової класифікації текстів медіа, коли розрізняють інформаційні, аналітичні та художньо-публіцистичні жанри. Важливими, на наш погляд, рисами ЗМІ є їх дифузність, відкритість, полілогічність, що, безумовно, відображається і на тих текстах, які в сучасному світі, окрім власне інформативної, виконують ряд принципово важливих функцій - впливу, переконання, часто - маніпуляції мовною свідомістю реципієнтів. Розширення функціональної парадигми мас-медіа визначає, зокрема, і зміну / трансформацію мовного ресурсу, який повинен забезпечувати її реалізацію.

Із погляду жанрової ідентифікації медіа спостерігається активна тенденція до розмивання чітких меж між жанрами й у результаті - до появи великої кількості дифузних жанрів і / або міжжанрових утворень, які, зважаючи на тип комунікативної реальності, можуть мати мовно-функціональні варіації. Це, на думку Г. Солганика, мотивується особистісними критеріями та тими, що підсилюють інформативність сучасного світу. Йдеться також про врахування критерія форми інформування (усної / писемної, друкованої / електронної / телевізійної / радіїної), що буде визначати або уточнювати добір екстра- й інтралінгвальних факторів наповнення й організації текстів певного жанру / жанрів.

Показовим у такому разі є актуальний сьогодні жанр ток-шоу, статус якого визначити можна лише узагальнено. Як відомо, цей жанр було започатковано в американській традиції в 60-х роках 20 століття відомим тележурналістом Філом Донахью. У своїй основі природа ток-шоу скорельована зі специфікою сценічного мистецтва, спроектованого на послідовну розстановку смислових акцентів у вербалізованому тексті з метою вплинути на реципієнта, викликати в нього відповідні емоції. Хіба що ток-шоу поглиблює таку форматність спонтанним мовленням, неочікуваними репліками та реакціями учасників комунікативної ситуації.

Традиційно жанр ток-шоу реалізується у форматі "ведучий - учасник - глядачі у студії – телеглядачі / радіослухачі", що передбачає можливість інтерактивного порушення моделі обов'язкового сценарія мікрожанрами діалогічної комунікації - репліками, коментарями, питаннями та ін. Їхнє вербальне та невербальне оформлення, як правило, позначене емоційно-експресивними характеристиками, оскільки основне завдання ток-шоу - актуалізувати в публічному діалозі / полілозі важливі проблемні питання суспільного життя. Такі ознаки ток-шоу фіксуються та підтверджуються в загальнолінгвістичних і фахових словниках тлумачного типу, в тематичних наукових розвідках, зокрема:

1) ток-шоу, за визначенням Великого енциклопедичного словника, (англ. talk show від talk - говорити, розмовляти і show - показ, демонстрація) - жанр телепередачі-дискусії, обговорення будь-якого питання, в якому беруть участь запрошені в студію глядачі [1];

2) ток-шоу у лексикографічній праці "Мас-медіа. Словник термінів і понять" розуміється як перенесене з підмостків естради в телевізійні павільйони розмовне видовище, шоу", що "містить в собі розповіді учасників про важливі соціальні проблеми, секрети професійної майстерності, про ставлення до людей, суспільних або політичних подій" [7];

3) ток-шоу, на думку Н. Вакурової та Л. Московкіна, - "сучасний аналог теледискусії" [2];

4) Т. Матвеева розглядає ток-шоу як "телевізійну програму, побудовану на розмовах... із полегшеним способом викладу й аналізу проблем" [5, с. 361-362] та ін.

В умовах пришвидшеного темпу поширення інформації такий класичний формат ток-шоу часто видозмінюється в бік спрощення, коли йдеться про відсутність глядачів у телестудії (часто спостерігається в такому разі контамінація із жанрами бесіди, інтерв'ю) або про активне його впровадження в радіоефірі, більш динамізованому за своєю природою. Зокрема, в сучасному українському радіопросторі популярними є похідні від ток-шоу інтегровані жанри стрес-шоу, адреналін-шоу, пост-шоу та ін. Така мовна та структурно-функціональна варіабельність жанру ток-шоу вже встигла відбитися в науковій традиції його опису й аналізу:

1) згідно зі словником іншомовних соціокультурних термінів, ток-шоу (від англ. talk - говорити + show - вистава) - вид шоу, у процесі якого на очах у глядачів чи *слухачів* (виділено нами - *Д.Д.*) відбувається обговорення будь-якої проблеми [8];

2) політичний словник тлумачить ток-шоу як один із видів телевізійних або *радіопрограм* (виділено нами - *Д.Д.*), у яких беруть участь ведучий (чи ведучі), спеціально запрошені люди (політики, артисти, експерти та ін.) і глядачі. Основним завданням ток-шоу є "захоплення" телеглядача, навіювання йому думки про причетність до вирішення важливих проблем [6] та ін.

У більшості випадків, зважаючи на динаміку суспільного життя, зокрема, в українському медіа просторі, ток-шоу висвітлюють питання на політичні (рідше - на спортивні, культурні, наукові) теми. Їх проблемність і резонансність для соціуму, безперечно, передбачає відкритий характер публічного обговорення, що ідентифікує такі програми не як власне інформаційні, а інформаційно-аналітичні, спрямовані не на констатацію, а на пропозиції щодо прогностичного вирішення поставлених питань. І, що важливо, аналітичний складник формується комплексно - не лише з думок запрошених експертів, але й з міркувань глядачів у студії та телеглядачів / радіослухачів, які відтворюють свою позицію вербально, у

вигляді влучних, коротких коментарів після завершення ток-шоу (у так званій рубриці "Народний мікрофон") або особистих запитань у студії, по телефону, чи у процесі інтерактивного голосування (у студії і / або по інтернету), що в сукупності має відображати масову свідомість соціуму і часто впливати на неї.

Ще одним важливим, як на наш погляд, виявом сугестії в мовно-структурній організації ток-шоу є візуалізація (для телебачення) й аудіолізація (для радіо) інформації. На протипагу думки Т. Воронцової щодо майже повної відсутності відеоряду в жанрі телевізійної дискусії, в якій "основний вплив на масового адресата реалізується передусім вербальними засобами" [3, с. 628], вважаємо цей блок показовим у контексті ідейно-смыслового доведення позиції мовця / мовців. Як і саме ток-шоу, такий його елемент може мати комунікативно мотивовані варіації. Насамперед, ідеться про різного типу телемости, включення з місця подій або інших локацій, співмірних із темою обговорення. Це, наприклад, часто можна спостерігати в ток-шоу "Майдан" ("5 канал"), "Велика політика" ("Інтер"), "Шустер LIVE" ("Інтер"), "Говорить Україна" ("Україна") та ін.

Відтак, перспективно діалогічність мовлення у студії може набувати ознак полілогічності, коли спостерігається ситуативне розширення учасників комунікативної ситуації залученням не тільки публічного, але й масового адресата. В такому разі йдеться про ще більший вияв дифузності мовних елементів мас-медійного та розмовного стилів. У результаті це визначає мову ток-шоу як амбівалентну систему, за спостереженнями О. Лаптевої, "інтелектуалізованого характеру" [4, с. 4], співмірною за рахунок гетерогенної природи, поширення та впливу на свідомість масової аудиторії "з живим розмовним мовленням" [4, с. 4]. На лінгвальному рівні, як зазначає Т. Воронцова, "реалізація інтенції переконання в умовах комунікативної конкуренції зумовлює наявність спонтанних мовленнєвих фрагментів, які ... за ступенем експресивності наближаються до розмовного стилю" [3, с. 629].

Зважаючи на природу, мовно-структурні, типологічні та функціональні особливості жанру ток-шоу, аспектологія його наукового опису має синкретичний характер, оскільки вона

співмірна з актуалізацією різних дослідницьких епістем, насамперед, гуманітарного циклу.

Так, аналіз ток-шоу в системі жанрів ЗМІ з погляду психолінгвістики враховує динаміку масової мовної свідомості, її трансформацію під впливом ідей і думок авторитетних у суспільстві осіб (як учасників ток-шоу), чия індивідуальна мовна свідомість, вербалізована в тексті, в особливий спосіб поширюється на масову аудиторію. Способи, механізми та результати такого впливу, зокрема, перспективно досліджувати в методології і нейролінгвістики, коли звертати увагу на мовні та немовні засоби маніпуляцій мовною свідомістю соціуму, в першу чергу, на синтаксичному рівні, у структурі одиниць експресивного синтаксису та стилістичних фігур (наказових, еліптичних, неповних, окличних, питальних речень, риторичних окликів, питань, звертань та ін.).

З іншого боку, соціолінгвістичний вимір мовного наповнення ток-шоу спирається на дослідження мови мікрожанрів публічної дискусії - наближених або віддалених у часі реплік-акцій і реплік-реакцій різних за соціальними критеріями учасників комунікативної ситуації.

Журналістські фахові спостереження передбачають, передусім, звернення уваги на вивчення типології жанрів мас-медіа, методів і механізмів їх наповнення, оформлення та презентації у ЗМІ.

Медіалінгвістична пошукова парадигма, у свою чергу, враховує результати, отримані науковцями названих напрямків, і оперує мовним матеріалом як мотиваційним тлом, інтралінгвальним доведенням впливу всіх зовнішніх процесів на мову. Відтак, можна цілком об'єктивно доводити лінгвостилістичний, функціональний потенціал мовних одиниць, зокрема, ток-шоу, які формують та динамізують стильову норму мас-медіа в контексті еволюції літературної мови, співмірної з комунікативними викликами часу.

Таким чином, природа медійного жанру ток-шоу, який розвинувся свого часу з розважальної передачі, мовний ресурс, невербальні засоби оформлення в сукупності дозволяють інтерпретувати його як креолізований. Вони мотивують