

*Олена Коченко, Вікторія Підпала
(м. Вінниця, Україна)*

**ЛІНГВОСТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ТОК-ШОУ ЯК ЖАНРУ
ТЕЛЕВІЗІЙНОГО ДИСКУРСУ
(НА ПРИКЛАДІ ТОК-ШОУ «GÜNTER JAUCH»)**

Одним з найпопулярніших форматів сучасного телебачення є жанр ток-шоу. В даній статті розглядаються лінгвостилістичні особливості соціально-політичного ток-шоу «Günter Jauch». Охарактеризовані мовленнєві характеристики ток-шоу як жанру телевізійного дискурсу на лексичному та синтаксичному рівні, виявлені та проаналізовані риси розмовного та публіцистичного стилів мовлення. Досліджені чинники, які впливають на комунікацію учасників та їх мовленнєву поведінку.

Ключові слова: телевізійний дискурс, ток-шоу, засоби масової інформації, мовленнєва комунікація, стилістичні засоби, публіцистичний стиль мовлення, розмовний стиль мовлення.

Одним из самых популярных форматов современного телевидения является жанр ток-шоу. В данной статье рассматриваются лингвостиллистические особенности социально-политического ток-шоу «Günter Jauch». Охарактеризованы речевые характеристики ток-шоу как жанра телевизионного дискурса на лексическом и синтаксическом уровне, выявлены и проанализированы особенности разговорного и публицистического стилей речи. Исследованы факторы, которые влияют на коммуникацию участников и их речевое поведение.

Ключевые слова: телевизионный дискурс, ток-шоу, средства массовой информации, речевая коммуникация, стилистические средства, публицистический стиль, разговорный стиль речи.

One of the most popular forms of the modern television programs is the genre of the talk show. In this article we make a research on the linguistic and stylistic descriptions of the talk show «Günther Jauch». The speech descriptions of the talk show as the genre of the television discourse are characterized on the lexical and syntactic level. The specific features of the journalistic and colloquial style are revealed und analyzed. The factors that influence the communication of the members are explored.

Key words: television discourse, talk show, mass media, speech communication, stylistic means, journalistic style, colloquial style.

Дискурс є одним з найактуальніших понять у парадигмі сучасного гуманітарного знання. Відповідно до каналів інформації дослідники виділяють художній, політичний, науковий, літературний поетичний, етикетний, монологічний, діалогічний, журналістський, масмедійний, публічний, PR-дискурс, Інтернет-дискурс, навчальний, педагогічний, родинний / парентальний, телевізійний, театральний, сценічний та інші [1–6]. Найбільший інтерес для нашого дослідження становить телевізійний дискурс, а саме дискурс ток-шоу, оскільки він є невід’ємною частиною телевізійного ландшафту більшості країн світу та має безпосередній вплив на масового глядача.

Активно досліджують становлення і жанрову специфіку даного телевізійного феномену (Н. В. Вакурова, О. Г. Ларіна, Л. І. Московкін, Б. М. Тімберг); особливості комунікації (О. Грос, Т. Гроте, Д. В. Дергач, М. Доманська, Е. Могилевська, Ф. Хог, Г. В. Яцюк); суспільне значення ток-шоу (М. Вагнер, С. Кеттінг, У. Мюлен, М. І. Недопитанський, К. Свенсон).

Лінгвістичні дослідження останнього десятиліття (І. В. Алещанової, О. В. Гусевої, Б. А. Зільберта, А. В. Капішнікової, А. А. Котова, Л. М. Майданова, О. Ю. Найдьонова, М. А. Ягубова) присвячені здебільшого розгляду питань моделювання масово-комунікаційної діяльності, технології

маніпулювання, стратегії впливу засобів масової комунікації на аудиторію. Натомість мовленнєві характеристики комунікації учасників, їх лінгвістична та стилістична реалізація залишаються малодослідженою галуззю, що і зумовило **актуальність** даної роботи

Ми поставили собі за **мету** виявити особливості ток-шоу на лексичному та синтаксичному рівні, проаналізувати характеристики розмовного і публіцистичного стилів мовлення та охарактеризувати чинники, які впливають на перебіг комунікації учасників.

Об'єктом нашого вивчення є ток-шоу як жанр телевізійного дискурсу, **предметом** – комунікація учасників соціально-політичного ток-шоу «Günther Jauch».

Під телевізійним дискурсом услід за Г. О. Денискою розуміємо процес комунікації у сфері засобів масової інформації з урахуванням його інтра- та екстралінгвістичних контекстів. Концепт телевізійного дискурсу взаємодіє з поняттям стилю, норми, літературної мови, мовленнєвого спілкування та його видів, але представляє свій власний рівень з відповідними структурами та формами. До факторів, що визначають створення і сприйняття телевізійного дискурсу належать фактори мовні (синтаксис, семантика і стилістика); антропологічні (готовність реципієнта до сприйняття інформації, зацікавленість, рівень обізнаності тощо); медіоспецифічні (спосіб декодування, взаємодія телетексту і телекадру) [2, с. 186].

У ході дослідження ток-шоу «Günther Jauch» було встановлено, що мовлення учасників гармонійно поєднує у собі ознаки публіцистичного та розмовного стилів мовлення, а якщо бути точнішим, то підстилю засобів масової інформації та розмовно-офіційного.

Вже у назві випуску наявна одна з типових ознак публіцистичного стилю – влучний інтригуючий заголовок, який розкриває смислове навантаження змісту розмови, та складається з іменників та прикметників, утворених словоскладанням, наприклад: *Luxusgut Wohnen – wird die Miete unbezahlbar?*(від 30.03.2014); *Die Rentner der Zukunft – Arbeit statt Ruhestand?*

(від 06.04.2014); *Fußball-WM in Brasilien – Fest oder Fiasko?* (від 01.06.2014); *Antwort an Putin: Nachgeben oder Härte zeigen?* (від 23.11.2014). У першій частині назви окреслено предмет розмови, що дає глядачам чітке уявлення, про що буде йти мова у випуску, друга частина сигналізує глядачам, що метою випуску є відповідь на дане запитання.

Крім мовних засобів також велику роль відіграє візуальне оформлення, а саме картинки, які своїм змістом ще краще розкривають тему майбутньої дискусії, інтригують та викликають зацікавлення. Наприклад, випуск «*Einmal Soli, immer Soli – bekommt der Staat denn nie genug?*» (від 30.11.14) супроводжувало зображення з крихітними людьми (робітниками, закоханою парою, пенсіонерами) в оточенні гігантських монет номіналом 1 та 2 Євро. У випуску «*Eiskalte Karriereplanung – ist Kinderkriegen Chefsache*» (від 26.10.14) дослідник тримав у руках пробірку, у якій знаходилося крихітне сонне немовля. Така образність та неординарність зображень збуджує інтерес глядачів та ще більше мотивує їх переглянути телепередачу.

Звичайно, не всі картинки вирізняються креативністю, але усі є символічними та безпосередньо стосуються змісту телепередачі, наприклад, дві пари переплетених рук, які символізують підтримку (*Udo Reiters letzter Wille – dürfen wir selbstbestimmt sterben?*, від 19.10.14), збірка з документальних фотографій падіння Берлінської стіни (*25 Jahre Mauerfall – haben sich unsere Hoffnungen erfüllt?*, від 09.11.14) чи просто зображення особистості, яка є центральним об'єктом обговорення, наприклад, Едвард Сноуден (від 26.01.14), Міхаель Шумахер (від 13.04.14), Гіларі Клінтон (від 06.07.14) та інші.

Аналіз мовного матеріалу показав, що до особливостей **публіцистичного стилю** мовлення, які проявляються на синтаксичному рівні належать **еліптичні конструкції**, наприклад:

Kinder bekommen, in Teilzeit gehen, Karriere begraben – дієслівні словосполучення, які розкривають причинно-наслідкові зв'язки.

Erst die Karriere (machen), dann das Kind (bekommen) – незакінчені судження, виражені іменниковими словосполученнями, що презентують основну інформацію, відповідне дієслово домислюється слухачем за змістом.

Menschliche Eizellen, tiefgefroren — haltbar gemacht. Das Ziel: Die Fruchtbarkeit konservieren. Die biologische Uhr — austricksen? – коротко подана основна інформація.

Sabine Kötting, Einser-Abi, Harvard-Studium, Führungskraft. / Dr. Nicolas Zech, Gynäkologe, in seiner Klinik in Bregenz am Bodensee. Der Schwerpunkt: Künstliche Befruchtung. Das Motto: «Alles zu meiner Zeit» (GJ, № 117, p. 2014) – інформація про запрошених гостей подана у стислій формі задля економії ефірного часу, часто відсутні артиклі, прикметники, дієслова.

Важливу функцію виконують також **риторичні запитання**, які апелюють до глядачів та надають їм інформацію для роздумів, наприклад:

Wäre das völlig verrückt, wäre es ein unmoralisches Angebot? Greift der Arbeitgeber da tief in das Privateste ein? Oder ist das für Frauen ein tolles Angebot, über den richtigen Zeitpunkt für ein Baby ganz selbstbestimmt und auch ohne Angst vor der biologischen Uhr zu entscheiden?

...Was passiert, wenn der Strom ausfällt, was passiert in all den Zwischenprozessen? Und ich glaube etwas sehr Natürliches, wenn plötzlich Angst behaftet?

...Ist es eine neue Freiheit oder irgendwann der Zwang, die sie in Einführungszeichen Freiheit zu benutzen?

У розмові учасників часто наявні **вислови інших людей**, які можуть бути реальними чи гіпотетичними. Вкраплення прямої мови оживлює розмову та робить її більш змістовною, наприклад:

...lassen mich überlegen «Was machst du jetzt damit? Was ist der richtige Zeitpunkt, und all diese Dinge?»

Und er fragt mich manchmal «Petra, arbeitest du immer noch für die schwarze Seite der Macht?» Und das ist das Bild, ich glaube in unserer Gesellschaft mit dem Arbeitsgeber verbunden ist.

Jetzt in den 50-er sind und sie sagen: «Ich habe damals die Chance gehabt. Mir war Karriere wichtiger, so habe ich dann nun auf die Schwangerschaft verzichtet»...

До особливостей **публіцистичного стилю** мовлення, які проявляються на лексичному рівні належать **антитези**, які підсилюють контраст та стимулюють глядача до роздумів, наприклад:

Der Mann darf, die Frau nicht...

*...und weil **immer mehr Frauen** so gut ausgebildet sind, wird es **immer schwieriger solche Männer** zu finden?...*

*...dass die Wirtschaft, **die Firma nach dem Menschen umgehen** sollte und nicht **der Mensch irgendwann anfängt die Firma Klimzüge zu machen**, damit bestimmte Firmen noch reicher werden (GJ, № 117, p. 2014).*

Ще однією характеристикою є наявність **іншомовних слів**, переважно англійських, з суспільно-політичної та соціально-економічної сфери.

*Also Firmen wie Apple oder so überhaupt diese – **Software**, die sind mal sehr innovativ, was diese – **care plans** betrifft.*

*In den USA reden wir von Umsätzen 2 Milliarden Dollar. Und jetzt, wo «facebook» anfängt, in diese **B-Aria** da, wo diese **Software Firmen** sind.*

Das ist die Social-Freezing-Vision.

*...dank dem technischen Fortschritt wird die Welt demnächst eigentlich mehr aussehen, wie in **Science-Fiction** Filmen (GJ, № 117, p. 2014).*

Велика кількість незвичних епітетів (**eisige Minus; Eiskalte Karriereplanung**), повторів (**das Wunschkind zur Wunschzeit im Wunschalter**), протиставлень (**Einmal Soli, immer Soli**), метафор (**Eizellen werden bei minus 196 Grad schockgefroren; Ich wurde kaltgestellt (entlassen); Kinder – Karrierekiller**), перифраз (**Vater – der biologischer Zeuger**) наявна у текстах відеозаписів, підготовлених промовах ведучого. Дані стилістичні особливості є яскравими засобами виразності та образності мови, використання яких є притаманним для публіцистичного стилю мовлення. Їх вживання у комунікативній ситуації ток-шоу підсилює інтерес публіки до обговорюваних явищ та розпалює дискусію серед її учасників.

Слід зазначити, що на початку передачі, коли відбувається введення в тему розмови, відповіді учасників розгорнуті, використовуються поширені та складні речення, у переважній більшості складнопідрядні. Учасники у розмові відчують себе впевнено, темп мовлення помірний, дикція чітка. Дану частину випуску ми віднесемо до підготовленого мовлення, оскільки учасники приблизно знають, які запитання будуть задані. Як правило, на початку шоу ведучий запитує про ставлення комунікантів до теми обговорення, їхній досвід у даному питанні чи запитує експертну думку.

Особливості ж розмовного мовлення виявляються, коли розмова відхиляється від сценарію та виникають додаткові запитання, уточнення, дискусії, відкриваються нові факти, з'являється нова інформація та інше. Саме у спонтанному мовленні виявляються ознаки розмовного стилю. Однією з найтипівіших особливостей є широке використання таких *часток як «ja», «äh», «ähm»,* особливо при чергуванні висловлювань комунікантів «turn-taking». Дані частки дуже часто використовуються у таких випадках:

- на початку вислову, коли учасник формулює думку, наприклад: *B: ...Hat Ihr Arbeitsgeber Luftsprünge gemacht, als Sie sich schwanger gemeldet haben. – G: Äh, das war unkompliziert. Äh, bei der Zeit gibt es auch viele Männer, die ganzes Jahr bei den Kindern bleiben...*(GJ, № 117, p. 2014).
- коли комунікант підбирає чи пригадує слова, прагне краще сформулювати думку ... *natürlich gibt es diese Fälle. Ja ähm gibt es Frauen, die da im Vorstellungsgespräch beispielsweise nicht sagen, dass sie bereit schwanger sind und für Frauen ist es so, dass sie mitten Schwangerschaft absoluten Kündigungsschutz haben. Ähm es gibt einen stärkeren Kündigungsschutz für Schwangere, wie für schwere Behinderte in Deutschland...*(GJ, № 117, p. 2014).

Хоча дані частки час від часу наявні у мовленні кожного учасника розмови, проте, вони майже не помітні для слухачів.

Для ситуації ток-шоу характерна спонтанність у комунікації учасників, миттєва реакція на репліку партнера призводить до *анаколуфу*. Дана

особливість є типовою для незапланованого говоріння. Учасник нервується, підбирає підходяще слово, синтаксичну конструкцію, уточнює, що дуже часто і зумовлює непослідовність викладу, наприклад:

Äh ich finde es in dieser Gesellschaft wenig Platz, als Frau, keine tickende Uhr zu haben, keine biologische tickende Uhr zu haben, und äh sich, ... aber dann dem Druck unterwerfen. (...) Äh ich hatte nie ganz starken Willen Mutter zu werden, aber ich wollte konnte so auch nicht ausschließen (...) So, äh dann habe ich aber hoffentlich den Mann meines Lebens kennen gelernt, und der war schon sehr früh bewusst, dass er Vater werden möchte... (GJ, № 117, p. 2014).

Ще однією помітною характеристикою розмовного мовлення на синтаксичному рівні є часті **повтори**, які використовуються для виділення головного, привернення уваги, підкреслення сказаного, є ознакою невпевненості мовця (див. табл. 1). Використання будь-яких видів повторів підсилює виразність висловлювання, та розглядається як цілеспрямоване відхилення від нейтральної синтаксичної норми, для якої досить однократного вживання слова. Встановлено також, що повтор фраз (своїх чи партнера) необхідний для залучення уваги комунікантів, для вираження згоди з твердженням співрозмовника, для повернення до теми обговорення.

Типовими ознаками розмовного стилю мовлення є **незвичний порядок** слів, наприклад, дієслово в кінці розмовного речення «*Aber dieses Einfrieren von Eizellen ein riesiges Geschäft ist*», прямий порядок слів після сполучника причини «*weil*», наприклад: «*Äh das macht Arbeitgeber natürlich ängstlich, weil de facto hat die Frau es in der Hand auch das Systemunternehmen auszunutzen zu ihrer eigenen Zwecken*»; «*...die gerade dabei ist, sich Hände zu reiben, weil es ist Bigbusiness*» (GJ, № 117, p. 2014), **короткі запитання** задля уточнення сказаного (*Warum?; Und wie reagieren dann die Freunde?; Wie harmlos oder schwer, wie haben Sie das empfunden?; Wie war das bei Ihnen gekostet?; Ist es richtig?; Was bei Ihnen z.B. durchaus sein könnte?*), **експресивні частки та вигук** (*Oh!; Genau!; Das stimmt!; Ja; Okay*).

Види повторів та їх функції

<p><i>Aber bei Männern, aber bei Männern läuft das ja. Von den besten Jahren (Applaus) von den besten Jahren habe ich gesprochen in dem Sinn, dass... Ihre Parallele, Ihre Parallele stimmt so lange nicht, wie es diese Bio-Kinder...</i></p>	<p>повтори на початку речення задля привернення уваги глядачів та інших учасників розмови</p>
<p><i>...Ich möchte gerne etwas für mich erreichen, für mich. ...als Frau, keine tickende Uhr zu haben, keine biologische tickende Uhr zu haben... ...wird man diesen Geist, diesen Geist, den man anschaut, nicht mehr in die Flasche zurück...</i></p>	<p>повтори для виділення головного</p>
<p><i>...Das ist für ganz ganz viele Frauen der Grund, warum sie... ..., und wir haben viele viele Beispiele...</i></p>	<p>повтори для створення ефекту більшої кількості</p>
<p><i>...Es gibt Jahre, Jahrzehnte Erfahrung auf dem Gebiet des Tiefgefrierens... ...es sind schon viele, hunderte Kinder damit auch geboren auch mit tiefgefrorenen Eizellen, befruchtete Eizellen gibt es...</i></p>	<p>градація для підсилення смислового значення</p>
<p><i>...Die Techniken haben sich entwickelt, weiter entwickelt... ...und eigentlich wird das den Frauen angedet, angedet also, ich finde... ...denn sie brauchen, sie sie brauchen gut ausgebildete Frauen. Und auch Frauen, die sich einsetzen fürs fürs Unternehmen und daher sehe ich.</i></p>	<p>уточнення сказаного, повтори для заповнення паузи</p>

У нашому дослідженні було виявлено, що на лексичному рівні характеристики розмовного стилю мовлення проявляються у вживанні **англіцизмів** замість відповідних німецьких слів, наприклад: *Meetings* замість *Besprechungen*, *Babyprämie* замість *Kinderprämie*, *Goodies* замість *Vorteile*

тощо. Натомість такі особливості розмовного стилю як специфічні фразеологізми, фольклоризми, діалектизми, просторічна лексика, скорочені слова, заміна термінів розмовними словами не є притаманними даній передачі. Ми можемо припустити, що дана ознака пояснюється соціально-політичним спрямуванням ток-шоу, високим мовленнєвим рівнем учасників дискусії (запрошеними гостями є здебільшого політики, журналісти, науковці) та трансляцією телепрограми в усі федеративні землі Німеччини, що виключає доцільність вживання діалектичних виразів.

Ретельний аналіз досліджуваного шоу на синтаксичному та лексичному рівнях виявив, що для його дискурсу притаманні ознаки як розмовного так публіцистичного стилів мовлення. На нашу думку, такий феномен даного жанру зумовлений, з однієї сторони, сценарієм дискурсу ток-шоу, який спрямований на привернення уваги глядачів та обмежений певними стилістичними нормами, з іншої – діалогічністю та спонтанністю мовлення учасників, у якому відбувається жвавий обмін думками, судженнями, оцінками, почуттями. Характеристиками розмовного стилю мовлення є використання експресивних часток та вигуків, незвичний порядок слів, повтори, анаколуф, іншомовна лексика, короткі запитання, паузи у мовленні. Щодо характеристик публіцистичного стилю мовлення, то були виявлені такі особливості: інтригуючі заголовки, епітети, метафоризація, еліптичні конструкції, риторичні запитання, яскрава візуалізація. Ми помітили, що в мовленні учасників програми хоча і наявні ознаки розмовного стилю мовлення, але вони не реалізуються у повній мірі. Дана особливість пояснюється тим, що мовленнєва взаємодія учасників здійснюється в умовах публічної комунікації, яка зумовлена інституціональним статусом учасника, регламентована формою і змістом, і не виходить за межі визначеної теми, є конструктивною і підпорядкованою розв'язанню конкретних завдань.

Перспективами подальшого розвитку є дослідження екстралінвістичних особливостей ток-шоу як жанру телевізійного дискурсу та їх впливу на мовленнєву взаємодію учасників.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики / Ф. С. Бацевич. – К.: Академія, 2004. – 346 с.
2. Денискіна Г. О. Телевізійне мовлення в світлі лінгвістики тексту і аналізу дискурсу / Г.О. Денискіна // Культура народів Причорномор'я. – 2002. – № 31. – С. 180-187.
3. Карасик В. И. О типах дискурса / В. И. Карасик // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: сб. науч. тр. – Волгоград: Перемена, 2000. – С. 5-20.
4. Корольов І. Р. Поняття дискурсу в сучасному мовознавстві: визначення, структура, типологія / І. Р. Корольов // Studia Linguistica. – 2012. – Вип. 6. – С. 285-305.
5. Ларина Е. Г. Лингвопрагматические особенности ток-шоу как жанра телевизионного дискурса (на материале американских телевизионных программ): автореф. дис. на соискание ученой степени канд. фил. наук: 10.02.04 «Германские языки» / Е. Г. Ларина. – Вологоград, 2004. – 22 с.
6. Макаров М. Л. Анализ дискурса в малой группе / Макаров М. Л. – Тверь, 1995. – 82 с.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

7. «Günther Jauch» [Електронний ресурс]. Режим доступу:
<https://daserste.ndr.de/guentherjauch/rueckblick/Eiskalte-Karriereplanung-ist-Kinderkriegen-Chefsache,socialfreezing104.html>