

**Maksymchuk N. M.**, PhD Student  
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

### **ENGLISH BRIEFINGS: STRUCTURE AND SEMANTICS**

*The article deals with the structure of English briefings discourse. Characteristics of terms of the language for specific purposes functioning in the English briefing discourse are under consideration.*

**Keywords:** *briefing; English briefing; the Pentagon; language for specific purposes; term.*

**Максимчук Н. Н.**, асп.,  
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

### **ДИСКУРС АНГЛОЯЗЫЧНЫХ БРИФИНГОВ: СТРУКТУРНЫЙ И СЕМАНТИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ**

*В статье рассмотрена структура дискурса англоязычных брифингов. Конкретизированы лексические и другие средства языка, с помощью которых реализуется дискурс англоязычного брифинга в коммуникативном пространстве. Отмечены характерные черты терминов, которые используются для специальных целей и функционируют в дискурсе англоязычных брифингов.*

**Ключевые слова:** *брифинг; англоязычный брифинг; Пентагон; язык для специальных целей; термин; терминологическая система.*

**Маленький Б. І.**, асп.,  
Институту філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

### **НІМЕЦЬКЕ ТЕЛЕВІЗІЙНЕ ТОК-ШОУ СУСПІЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ ТЕМАТИКИ: ПРАГМАЛІНГВІСТИЧНИЙ АНАЛІЗ ЖАНРУ**

*У статті розглянуто специфічні жанрові характеристики телевізійного ток-шоу з перспективи лінгвістичного аналізу. На прикладі аналізу німецької теледискусії з економічної тематики висвітлено низку прототипних критеріїв, що характеризують цей жанр з точки зору прагмалінгвістичних особливостей медійного дискурсу та комунікативного контексту, який лежить в основі жанру. Коротко описано комунікативні рівні, на яких здійснюється комунікація, та проаналізовано прагмалінгвістичні особливості типових комунікативних ролей, характерних для жанру тематичної телевізійної дискусії.*

**Ключові слова:** *медіа-жанр, ток-шоу, медіа-комунікація, теледискусія, аргументація, фаховий дискурс.*

### **Постановка наукової проблеми та її значення.**

У епоху інформаційного суспільства мас-медіа характеризуються надзвичайно складною структурою й виконують цілий комплекс соціально значущих функцій. Медіа-дискурс як процес, а також кінцевий продукт, котрий безпосередньо формується із залученням ЗМІ, є відображенням актуальної соціокультурної, політичної та ідеологічної практики. У той же час медійний продукт є досить цікавим з лінгвістичної точки зору, адже він акумулює актуальні мовні характеристики визначеної мовної системи й, таким чином, може слугувати автентичним об'єктом емпіричного дослідження усної чи письмової комунікації саме з перспективи лінгвістики. Ця теза підтверджується великою кількістю новітніх емпірично-орієнтованих лінгвістичних досліджень, матеріалом яких виступають саме продукти медіа-дискурсу. Серед них можна виділити роботи Е. Г. Лариної, Л. Вайнріх, А. Янел та інш. У той же час легко помітити, що кількість досліджень, які ґрунтуються на письмових текстах значно більша, що логічно пояснюється неабиякими методологічними та процедуральними труднощами аналізу продуктів усної комунікації, а також ускладненим доступом до подібних матеріалів.

**Актуальність** аналізу усних форм комунікації в медіа-просторі, крім зазначеного вище дисбалансу, також обумовлюється тим, що усна комунікація не так жорстко регулюється інституційними рамками медіа-дискурсу, що, в залежності від медіа-жанру, в результаті дає нам можливість отримати біль-менш автентичний мовний продукт реальної усної інтеракції з повним спектром її лінгвопрагматичних характеристик та особливостей.

**Метою** цієї статті є визначення та систематизація специфічних лінгвістичних та металінгвістичних характеристик й ознак усного медіа-жанру «німецьке телевізійне ток-шоу», котрі визначають його суть з комунікативної, прагма-лінгвістичної та соціокультурної перспективи.

**Матеріалом** цієї роботи є теоретичні доробки вітчизняних та зарубіжних авторів, котрі фокусуються на висвітленні загальних характеристик медіа-дискурсу, а також роботи, що зосереджуються на аналізі ток-шоу як окремого медіа-жанру. Крім того, матеріалом дослідження виступає корпус транскриптів аудео-відео матеріалів, що загалом вміщує 5 випусків німецького телевізійного ток-шоу «Майбріт Ілнерр», присвяченого економічній тематиці у період з 11.2012 по 04.2013.

З прагматичним поворотом у мовознавчій науці, конкретні форми вираження реальної міжособистісної комунікації все більше привертають увагу лінгвістів, дослідження котрих все частіше мають виражений емпіричний характер й ґрунтуються на автентичному мовному матеріалі. Завдяки новітнім методологічним принципам аналізу усної чи письмової комунікації, котрі нам пропонують теорія комунікації та мовленнєвих актів, теорія жанрів, а також окремі підходи до аналізу підготовленого та непередбаченого діалогічного мовлення як-от: дискурс-аналіз, конверсаційний аналіз, аналіз розмови, тощо, вербальні та паравербальні характеристики міжособистісної комунікації можуть бути детально проаналізовані та описані на макро- та мікро-рівні з точки зору комунікативних, контекстуальних та соціальних характеристик, а також комунікативно-інтенційних особливостей реалізації конкретних форм комунікації у повсякденному чи інституціональному контексті.

Одним з комунікативних жанрів, котрий все частіше стає об'єктом емпірично-спрямованого аналізу комунікації, є жанр телевізійного ток-шоу. Виникнувши в кінці 60-тих років ХХ ст. в американському медіа-просторі, цей жанр зазнав настільки динамічного розвитку, популяризації та диференціації формату, що 90-ті роки ХХ ст. можна вважати «епохою буму жанру ток-шоу» [J. Thornborrow 2007, 1439]. Більш масштабний підхід до визначення ролі цього жанру у К. Іліє, котра вбачає в ток-шоу «Новітню форму відродження класичного мистецтва ведення діалогу», а також «Прототипну форму вираження медіа-дискурсу» [С. Піє 2001, 218]. У німецькомовний простір цей жанр проник у 1972 р., і вже з початку 80 років він стає об'єктом досліджень з жанрової та прагма-лінгвістичної перспективи. (праці У. Мюлен (1985), А. Лінке (1985), тощо). Сучасні роботи з тематики ток-шоу, наприклад Ларіной Л. Г. (2004), підтверджують звавий інтерес лінгвістики до цієї форми масової комунікації.

Попри всі спроби детального визначення жанру ток-шоу та його типологізації, єдиної дефініції цього поняття не існує і до цього часу, що пояснюється загалом вираженим гібридним характером основних медіа-жанрів, а також динамічною трансформацією самої жанрової форми ток-шоу. Утім, проаналізувавши основні праці, котрі розглядають цей жанр з лінгвістичної та лінгвосоціокультурної наукової перспективи, ми можемо принаймні створити перелік ознак та критеріїв, які б, по-перше, характеризували ток-шоу в контексті медіа-дискурсу, як прояву інституціональної комунікації, а по-друге, виокремлювали б ток-шоу в окремий жанровий вид, відмінний від низки інших типологічно подібних жанрів медіа-комунікації. Зробимо короткий огляд жанрових характеристик ток-шоу з огляду на зазначені вище дві групи параметрів.

Однією з визначальних характеристик жанру ток-шоу є його публічний характер. Ток-шоу як медіа-продукт спрямований на широку аудиторію й, залежно від жанрового різновиду, може переслідувати кілька основних комунікативних цілей: інформативна, розважальна, маніпулятивна, персуативна, тощо. Дехто з лінгвістів визначає розважальний аспект ток-шоу одним з конвенційних та основоположних характеристик жанру [А. Jahnelt 2001, 18], зазначаючи при цьому, що сама суть інтеракційного контексту ток-шоу ґрунтується на поняттях «infotainment» чи «confrontainment»<sup>1</sup>. Безумовно, для деяких видів жанру ток-шоу, як-от: табloidне, тривіальне ток-шоу, толк-шоу із залученням зірок та інш.<sup>2</sup>, цей аспект, дійсно, можна вважати домінуючим. Утім, в контексті тематичної теле-дискусії з політиками чи експертами не варто виділяти розважальний аспект як визначальний. Варто погодитись з думкою, що основним завданням теле-дискусії є створення конфронтативного дискурсивного простору, шляхом зіставлення різних / протилежних точок зору чи позицій. [J. Cots, С. Lorda та інш. 2009, 3]. При цьому однозначно визначити інтенційний аспект створення зазначеної конфронтації не є можливим, адже кожен окремий формат дискусії може мати одну чи декілька із зазначених вище комунікативно-прагматичних цілей.

<sup>1</sup> 3 англ. Inform (інформувати) + entertain (розважати) / confrontation (конфронтація) + entertainment (розвага).

<sup>2</sup> Однією з найвдаліших спроб детальної типологізації жанру ток-шоу є модель М.Флея [М. Fleay 1997, 64].

Попри той факт, що жанр ток-шоу надзвичайно насичений елементами повсякденної комунікації, дискурс, що лежить в його основі, все ж варто розглядати саме в контексті масової комунікації інституціонального характеру. Згідно з теорією конверсаційного аналізу, комунікація в межах визначеного інституціонального контексту ґрунтується на мовних структурах й елементах повсякденного міжособистісного спілкування, які відповідно трансформуються, підлаштовуючись під формальні вимоги нового оточення. Перенесення комунікативної ситуації в інституціональний контекст одразу тягне за собою обмеження комунікативного простору, редукцію можливостей щодо здійснення будь-яких комунікативних дій, а також модифікацію їх інтерактивних функцій [ U. Mühlen 1985, 34]. Загалом, на відміну від повсякденного спілкування, комунікація інституціонального характеру має більш чітко виражене функціональне спрямування.

Наступною ознакою інституціональної комунікації є чіткий, часто асиметричний розподіл комунікативних ролей, що на прикладі жанру ток-шоу, проявляється в низці чітко окреслених комунікативних ролей: модератора (ведучого), експерта, гостя, глядача в студії, телеглядача. Дехто з лінгвістів пропонує у цьому контексті спиратись на поняття «комунікативного договору» чи «фрейму», який визначається як точка перетину між дискурсивними (ком. цілі, статус, соціальні ролі та норми ведення кон. інтеракції) та інституціональними (ком. форми вербальної та невербальної інтеракції, стиль спілкування та способи мовленнєвого вираження, тощо) аспектами міжособистісної комунікації [J. Cots, C. Lorda та інш. 2009, 3]. Утім особливістю комунікативних ролей в межах жанру ток-шоу є те, що, не дивлячись на визначену наперед асиметрично-ієрархічну структуру, вона є не настільки сталою, як, наприклад, в інших офіційних контекстах. Тому безпосередньо в процесі вербальної інтеракції ми можемо спостерігати відхилення від визначених комунікативних ролей та нормативних прав і обов'язків в межах цих ролей. Чітко простежити цю тенденцію можна на прикладі відхилення від нормативної комунікативної структури «запитання-відповідь», коли учасники ток-шоу на деякий час переймають функції модератора й виконують метакомунікативні функції щодо організації розмови, залучення окремих комунікантів до дискусії, або ж просто обмінюються ролями з модератором у контексті функцій інтерв'ювера та особи, котра переважно відповідає на запитання першого. Ступінь регламентації та попереднього структурування комунікативних ролей, залежно від формату ток-шоу, може значно варіюватися й коливатись між жорстко формалізованим та неформальним спілкуванням. Саме з огляду на дану характеристику деякі лінгвісти розглядають жанр ток-шоу як псевдо- чи напів-інституціональну форму комунікації. К. Іліє бачить в цьому жанрі новітній тип вербальної інтеракції у напів-інституційному соціокультурному контексті, англо-американського походження. (С. Піє 2001, 215). Утім, її визначення, насамперед, стосується розважальних ток-шоу табloidного типу. У контексті аналізу суспільно-політичного ток-шоу в межах проаналізованого корпусу, цей жанр все ж ближчий до телевізійної дискусії за участю експертів, яку в німецькому науковому дискурсі часто виокремлюють в окремий комунікативний під-жанр, відмінний від ток-шоу. [A. Jahnel 2000, 40].

Наступною визначальною ознакою комунікативного жанру ток-шоу є його гібридний характер. Насамперед, тут мається на увазі поєднання в ньому низки інших

жанрових форм, як-от: інтерв'ю, неформальна бесіда, формальна критична дискусія, тощо. В. Холлі, підтримуючи тезу про змішаний характер цього жанру, крім того намагається довести, що комунікативним ядром ток-шоу є неформальна світська розмова (англ. «small talk»), а на периферійному рівні вже розташовуються тематично орієнтовані форми дискусії, інтерв'ю, тощо [С. Піе 2001, 223]. Й. Сорнборров утім висловлює тезу про те, що за своєю природою ток-шоу є виражено аргументативним жанром, в якому аргументаційні елементи, а також розповідь та оповідання, як види комунікативно-мовленнєвої діяльності, утворюють комунікативне ядро цього жанру [Thornborgow 2007, 1439]. Більшість думок, утім, сходяться на тому, що комунікативні жанри в реальних умовах усної комунікації досить рідко виступають автономно й рідко мають гомогенний характер [R. Wodak, B. Busch 2001, 5]. Частіше ми можемо спостерігати переплетіння та взаємне проникнення кількох жанрових форм, що на мовленнєвому рівні проявляється шляхом використання конвенційних, часто ритуалізованих зразків ведення комунікації та застосування відповідних лексичних засобів для кожного з них. З огляду на недостатньо жорсткі інституційні рамки медійного дискурсу загалом, а також ток-шоу зокрема, ми можемо спостерігати поєднання різних комунікативних форм. Тому у контексті аналізу ток-шоу ми маємо право говорити про змішану жанрову форму.

Важливою ознакою ток-шоу є його чітка тематична спрямованість. Хоча, з огляду на зазначені вище метажанрові особливості медіа-дискурсу, досить часто на практиці ми можемо спостерігати відхилення від основного тематичного спрямування дискусії все ж, як правило, модератор як представник офіційної інституції, в межах якої відбувається комунікація, піклується про те, аби вона протікала у визначеному тематичному руслі.

Наступною визначальною характеристикою ток-шоу, як різновиду медіа-дискурсу, є його тріадична структура. В той час, коли класичні риторичні підходи до аналізу публічної комунікації ґрунтувались на діадичній моделі комунікації, виділяючи оратора та пасивну публіку як 2 основоположні елементи публічного дискурсу, новітній медіа-дискурс спирається на тріадичну модель, в якій телеглядач є елементом масової диверсифікованої аудиторії, що репрезентує суспільну думку. Тому комунікативну діяльність учасників ток-шоу потрібно розглядати принаймні на трьох рівнях.

А. Модератор- учасники дискусії (експерти).

Б. Учасники дискусії – глядачі в студії.

В. Учасники ток-шоу в студії- телеглядачі.

Саме ця характеристика медіа-дискурсу, та жанру ток-шоу зокрема, і визначає особливість метапрагматичного контексту цієї форми вербальної (та невербальної) взаємодії. Як зазначає А. Янел, комунікація на прикладі ток-шоу протікає на внутрішньому (а, б.) та зовнішньому рівнях (в). [A. Jahnel 2000, 43]. Саме через мульти-адресованість комунікативного повідомлення в контексті медіа-дискурсу, однозначно визначити функціональну спрямованість комунікації в межах телевізійної дискусії досить не просто. Хоча, за визначенням В. Ментса, основною суттю будь-якої дискусії є, насамперед, її персуативний характер [див. А. Jahnel 2000, 43], автоматично застосувати цю характеристику в контексті медіа-дискусії не є можливим. На рівні

комунікації «учасник ток-шоу – телеглядач» (як основна цільова група жанру), звичайно, варто виділити персуативний аспект, який можна вважати домінуючим. При цьому ми спостерігаємо залучення всіх мовленнєвих вербальних та невербальних засобів персуативного впливу та маніпуляції, які використовують як окремі учасники ток-шоу, так і виробник медіа-продукту зокрема.

У контексті ж інтеракції між окремими учасниками ток-шоу та модератором напевно чи можна оперувати нормативними характеристиками критичної дискусії, наприклад за зразком прагмадіалектичної моделі. Кожен з комунікантів, залежно від своєї соціальної та інституційної ролі у контексті ток-шоу переслідує специфічні комунікативні цілі, які можуть виражатися у мовленнєвих діях спрямованих на само-вираження, конфронтацію, дискредитацію співрозмовника, або ж навпаки, на залагодження конфліктної ситуації, підкреслення кооперативного характеру комунікації, тощо. Тому, як на внутрішньому, так і на зовнішньому рівні комунікації, залежно від формату теле-дискусії, а також соціо-інституціональних характеристик ролей окремих її учасників, різні комунікативні та метакомунікативні цілі можуть виступати домінуючими. Залежно від внутрішнього та зовнішнього інтенційного спрямування комунікації, співрозмовники залучають широкий інструментарій метакомунікативних та специфічно-дискурсивних засобів комунікації, що проявляється у використанні специфічних лексичних засобів, застосуванні різноманітних тактик та стратегій комунікації й аргументації. У практичному усному мовленні це реалізується за допомогою конкретних ілюктивних та перлюктивних мовленнєвих актів, форма вираження яких часто залежить від специфічно-культурних чи, як згадувалось раніше, суто контекстуальних інституціональних факторів. У межах конвєрсаційного аналізу мульти-адресованість медійного комунікативного повідомлення може розглядатись з перспективи прийому «дизайн реципієнта», який передбачає те, що автор усного діалогічного мовлення при продукуванні відповідних висловлювань має зважати на когнітивні, соціокультурні та інші психологічні характеристики адресату та відповідно підлаштовувати для нього форму мовного вираження власних ком. повідомлень [Магіюк Л. М., 3]. Варто зазначити, що форми мовленнєвого вираження комунікативних дій, а також дискурсивні форми ведення вербальної інтеракції у визначеному контексті, часто мають специфічні етнокультурні особливості й, відповідно, є надзвичайно цікавими з перспективи прагмалінгвістичного аналізу.

Наступною важливою характеристикою жанру ток-шоу є його інсценізованість. Дуалістичний характер, що виражається діахронічним відношенням між автентичністю/спонтанністю перебігу комунікації та її попередньому режисеруванню/регламентуванню загалом властивий багатьом медійним формам. Ларіна Е. Г., наприклад, виділяє драматургізм як визначальну характеристику ток-шоу. [Ларіна Е. Г. 2000, 4]. Звісно, в межах жанру ток-шоу можна виділити низку ритуалізованих секвенціальних мовних висловлювань, якими здебільшого оперує модератор з метою представлення гостей чи теми дискусії, оголошення про завершення програми і т. д. Утім, більшість дослідників все ж схилиються до того, що комунікацію в контексті ток-шоу можна розглядати як природно та відносно спонтанну [L. Weinrich 1992, 18]. Аналіз матеріалу корпусу також доводить присутність в процесі інтеракції між учасниками

ток-шоу елементів спонтанного усного мовлення, як-от: еліпси, паузи та спонтанні зупинки у мовленні, синхронне мовлення кількох учасників, тощо. Як висновок, згідно моделі П. Коха та В. Остеррайхера (1994), комунікацію у контексті жанру ток-шоу можна вважати різновидом концептуально усної комунікації публічного характеру.

Надзвичайно цікавою з прагмалінгвістичної перспективи є комунікативна роль модератора, котрий водночас виконує кілька інституціонально визначених ролей. По-перше, він виступає представником інституції, в межах якої проходить комунікація, тому модератор із самого початку наділений особливими засобами впливу на перебіг дискусії, залучення до розмови окремих учасників, тощо. У цьому контексті модератор переважно виступає в ролі інтерв'юера, а також використовує низку метадискурсивних засобів структурування комунікації та керування її перебігом. Загалом, залежно від типу стратегічно-комунікативної діяльності модератора, а також інституціонального формату теле-дискусії, наперед визначається загальна атмосфера перебігу комунікації, що може варіювати між виражено конфронтативним та кооперативним характером. По-друге, модератор виступає безпосереднім учасником дискусії. І знову ж таки, залежно від особистісних психологічних факторів, а також формату дискусії, він може виконувати роль аніматора, основною метою якого є підкреслення розважального характеру ток-шоу; нейтрального спостерігача чи повноправного учасника дискусії, котрий має можливість висловлювати власну позицію. І, нарешті, модератор виступає посередником між учасниками дискусії та широкою аудиторією телеглядачів. Л Вайнріх у цьому контексті приписує модератору ток-шоу роль «про-реципієнта» [ L. Weinrich 1992, 22]. У цьому випадку модератор ідентифікує себе з телеаудиторією, виступає від її імені, а також, залучаючи низку мета-комунікативних стратегій, піклується про те, щоб медіа-продукт був доступним для сприйняття та розуміння реципієнтом. У цьому контексті, на прикладі тематичного ток-шоу економічної тематики, комунікативну роль модератора можна розглядати через призму міжфахової комунікації, адже з огляду на тематику, що розглядається, соціальні ролі учасників дискусії, котрі виступають фахівцями й експертами з економічної сфери, подібний жанр можна розглядати як варіант вираження усного публічного економічного дискурсу. Тому комунікативно-стратегічні дії окремих учасників теле-дискусії варто аналізувати у контексті комунікації «фахівець-не фахівець», особливу увагу приділяючи мовленнєвим засобам адаптації продукту комунікації, а також прагмалінгвістичним функціям елементів фахової лексики, котра залучається мовцями у процесі дискусії.

### **Висновки**

Підсумовуючи варто зазначити, що попри розмаїття тематичних та жанрових підвидів ток-шоу, а також гібридний характер цього жанру, все ж можна виділити низку прототипних критеріїв, котрі б характеризували його з дискурсивної та прагмалінгвістичної перспективи. На прикладі аналізу німецького ток-шоу суспільно-економічної тематики у цій статті була здійснена спроба виокреслення згаданих критеріїв. По перше, жанр ток-шоу варто вважати різновидом діалогічної публічної інституціональної комунікації, що, утім, також настачений елементами усного повсякденного спілкування. По друге, характеристикою ток-шоу є його змішаний, гібридний

характер, оскільки йому властиве поєднання в собі низки інших жанрових форм. У той же час інституціональні рамки ток-шоу не достатньо жорсткі, тому ми досить часто можемо спостерігати відхилення від асиметричного розподілу комунікативних ролей його учасників.

З огляду на тридальну модель комунікації, що лежить в основі ток-шоу як медіа-продукту, можна виділити аргументативно-персуативний характер цього жанру, який, насамперед, проявляється у контексті комунікативного впливу на віддалену аудиторію телеглядачів. Наступними важливими характеристиками проаналізованого жанру є взаємовідношення між інсценізованістю – реальністю та спонтанністю і ритуалізацією перебігу комунікації.

Досить цікавим з перспективи лінгвістичного аналізу є висвітлення характеристик комунікативних ролей учасників теле-дискусії. У процесі аналізу доречним може виявитись залучення моделей «дизайну реціпієнта», та «комунікативного фрейму», які уможливають системне висвітлення процесу мовленнєвої інтеракції з огляду на її специфічні дискурсивні та інституціональні аспекти. Крім того, з огляду на жанрову характеристику тематичної теле-дискусії, котра може розглядатись як один з варіантів вираження публічного фахового дискурсу, досить цікавим та перспективним є функціональний аналіз використання елементів фахової лексики окремими учасниками ток-шоу.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Ларина Е. Г. Лингвопрагматические особенности ток-шоу как жанра телевизионного дискурса (на материале американских телевизионных программ). Автореферат. Волгоградский государственный университет. Волгоград, 2004. — 22 с. URL: <http://www.twirpx.com/file/1294292>.
2. Матіюк Л. М. Сутність та прояви адресатності у сучасній німецькій мові. URL: <http://lib.chdu.edu.ua/pdf/novitfilolog/20/8.pdf>
3. H. Calsamiglia, C. Lorda, L. Nussbaum, L. Payrat та інші. Communicative strategies and socio-cultural identities in talk shows. Pragmatic 5s: 3.32-53 39. International Pragmatic Association. – P. 325-338.
4. C. Ilie (2001): Semi-institutional discourse: the case of talk shows. Journal of Pragmatics 33 (2001). – P. 209-254.
5. A. Jahnelt (2000) Argumentation in internationalen Fernsehdiskussionen. München: Iudicium, – S. 22-48.
6. U. Mühlen (1985) : Talk als Show: eine linguistische Untersuchung der Gesprächsführung in den Talkshows des deutschen Fernsehens. Frankfurt a. M.: Peter Lang.
7. J. Thornborrow (2007): Narrative, opinion and situated argument in talk show discourse. Journal of Pragmatics 39 (2007). – P. 1436-1453.
8. L. Weinrich (1992): Verbale und nonverbale Strategien in Fernsehgesprächen : eine explorative Studie. Tübingen: Niemeyer.
9. R. Wodak, B. Busch. Approaches to media text. – P. 105-122. URL: <http://www.uk.sagepub.com/mcquail6/PDF>.

Стаття надійшла до редакції 16.04.2014 р.



**НЕМЕЦКОЕ ТЕЛЕВИЗИОННОЕ ТОК-ШОУ  
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧНОЙ ТЕМАТИКИ:  
ПРАГМАЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ЖАНРА**

*В статье рассмотрены специфические жанровые характеристики телевизионного ток-шоу с точки зрения лингвистического анализа коммуникативных действий его участников. На примере анализа немецкой теле-дискуссии по экономической тематике высветлен ряд прототипных критериев, которые характеризуют жанр с точки зрения прагмалингвистических особенностей медийного дискурса и коммуникативного контекста, лежащего в основе жанра ток-шоу. Кратко проанализированы и описаны коммуникативные уровни, на которых осуществляется коммуникация, а также прагмалингвистические характеристики прототипных коммуникативных ролей, присущих жанру тематической телевизионной дискуссии.*

**Ключевые слова:** *медиа-жанр, ток-шоу, медиа-коммуникация, аргументация, профессиональный дискурс, элементы профессионального языка.*

**Malenkyi Bogdan**, Postgraduate Student  
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

**GERMAN TV TALK SHOW OF SOCIAL AND ECONOMIC ISSUES:  
PRAGMATIC AND LINGUISTIC GENRE ANALYSIS**

*This article summarizes the genre's characteristics of a TV talk show basing on perspective of empirical communicative and linguistic analysis. On the basis of a German television debate on economic issues this paper highlights a number of prototypical features of media discourse and pragma-communicative peculiarities of television debate as a public media genre. Futhermore, this paper briefly examines the communicative settings and interior communicative levels within the analyzed genre and summarizes the characteristics of typical communicative roles, carried out by host, guests and audience of the analyzed TV-debate.*

**Keywords:** *media genre, talk show, media discourse and communications, argumentation, LSP and professional vocabulary.*