

УДК 811.111'42

## **ЛІНГВОСОЦІОКУЛЬТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ ТЕЛЕДИСКУРСУ ТА МІСЦЕ У НИХ ЖАНРУ ТОК-ШОУ**

*А. В. Цибко*  
*lituska@ukr.net*

Асистент кафедри іспано-італійської філології Інституту філології  
Київського національного університету імені Тараса Шевченка  
(Міністерство освіти і науки України)  
01601, м. Київ, бульвар Тараса Шевченка, 14

*У статті досліджено поняття теледискурсу, його класифікацію, ознаки, функції та інші лінгвосоціокультурні особливості. Подано характеристику типологічних особливостей теледискурсу та місця у ньому жанру ток-шоу. Досліджено етапи становлення поняття «дискурс», відображено його процес трансформації у мовознавстві, систематизовано підходи до його дослідження, показано наукові інтерпретації таких видів дискурсу, як публіцистичний дискурс, PR-дискурс, рекламний дискурс і місце серед них теледискурсу. Здійснено аналіз дифінітивної визначеності та типологічні характеристики ток-шоу як жанру теледискурсу, показано взаємозалежність різноманітних засобів соціокультурного впливу, як лінгвосоціокультурних інструментів впливу на свідомість реципієнтів. Показано виключність лінгвістичних особливостей застосування теледискурсу у соціокультурному житті суспільства, як важливого феномену, який наділений можливостями впливати на свідомість соціуму. Виділено проблему жанрової специфіки ток-шоу як складової теледискурсу, серед якої показано такі типові специфічні ознаки ток-шоу: за типом теми, що обговорюється; за учасниками-гостями; за формою організації розмови; за етичною направленістю; за часом трансляції. Ток-шоу як жанр теледискурсу представлено як тематично сфокусовану комунікативну діяльність, як інтерактивне явище у сучасному мовознавстві. Ток-шоу представлено як один з рушійних засобів у сучасному інформаційному просторі як мовленнєвий потік, який представлений різними формами інтерпретації, який реалізується у рамках конкретного виду каналу спілкування. Ток-шоу відведено місце серед діалогічного типу дискурсу, де даний жанр представляється як процес комунікації між адресантом і особливостями соціокультурного сприйняття продукту ток-шоу реципієнтом.*

*Ключові слова: теледискурс, ток-шоу, типологія, комунікація, мас-медіа, категорії, інформаційний простір.*

## ЛИНГВОСОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕЛЕДИСКУРСА И МЕСТО В НИХ ЖАНРА ТОК-ШОУ

А. В. Цыбко  
 lituska@ukr.net

Ассистент кафедры испано-итальянской филологии Института филологии Киевского национального университета имени Тараса Шевченка  
 (Министерство образования и науки Украины)  
 01601, м Киев, бульвар Тараса Шевченка, 14

*В статье исследовано понятие теледискурса, его классификацию, признаки, функции и другие лингвосоциокультурные особенности. Дана характеристика типологических особенностей теледискурса и места в нем жанра ток-шоу. Исследованы этапы становления понятия «дискурс», отражено процесс его трансформации в языкознании, систематизированы подходы к его исследованию, показано научные интерпретации таких видов дискурса, как публицистичный дискурс, PR-дискурс, рекламный дискурс и место среди них теледискурса. Осуществлен анализ дифинитивной определенности и типологические характеристики ток-шоу как жанра теледискурса, показано взаимозависимость различных средств социокультурного влияния, как лингвосоциокультурных инструментов воздействия на сознание реципиентов. Показано исключительность лингвистических особенностей применения теледискурса в социокультурной жизни общества, как важного феномена, который наделен возможностями влиять на сознание социума. Выделено проблему жанровой специфики ток-шоу как составляющей теледискурса, среди которой показано такие типичные специфические признаки ток-шоу: по типу темы, которая обсуждается; по участникам-гостям; по форме организации разговора; по этической направленности; по времени трансляции. Ток-шоу как жанр теледискурса представлено как тематически сфокусированную коммуникативную деятельность, как интерактивное явление в современном языкознании. Ток-шоу представлено одним из движущих средств в современном информационном пространстве как речевой поток, который представлен различными формами интерпретации, который реализуется в рамках конкретного вида канала общения. Ток-шоу отведено место среди диалогического типа дискурса, где данный жанр представляется как процесс коммуникации между адресантом и особенностями социокультурного восприятия продукта ток-шоу реципиентом.*

*Ключевые слова: теледискурс, ток-шоу, типология, коммуникация, масс-медиа, категории, информационное пространство.*

**ПРОБЛЕМИ СЕМАНТИКИ, ПРАГМАТИКИ ТА КОГНІТИВНОЇ ЛІНГВІСТИКИ**  
**[ПРОБЛЕМЫ СЕМАНТИКИ, ПРАГМАТИКИ И КОГНИТИВНОЙ ЛИНГВИСТИКИ]**

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна  
 [Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, Украина]

<http://philology.knu.ua/node/318>

**LINGUISTIC-SOCIOCULTURAL FEATURES OF THE TELEDISOURSE**  
**AND THE PLACE OF THE TALK-SHOW GENRE IN THEM**

A. V. Tsibko  
 lituska@ ukr.net

Assistant of Spanish-Italian philology department, Institute of Philology  
 Taras Shevchenko National University of Kyiv  
 (Ministry of Education and Science of Ukraine)  
 14 Taras Shevchenko Blvd., Kyiv, Ukraine, 01601

*The concept of tele discourse is investigated in the article his classification, signs, functions and other linguistic-sociocultural features. There is the characteristic of typological features of tele discourse and the place of talk-show genre in it. The stages of formation of concept "discourse" were Investigated, there was reflected process of his transformation in linguistics and systematized approaches to his research , it shows scientific interpretations of such types of discourse as a publicistic discourse, PR discourse, promotional discourse and the place of tele discourse among them. The analysis of definitive distinctness and typological characteristics of talk-show as tele discourse genre is Implemented, it shows the interdependence of various means of sociocultural influence as the linguistic-sociocultural of instruments of influence on consciousness of recipients. The article define the exclusiveness of linguistic features of application of tele discourse in sociocultural life of society as important phenomenon which has opportunity to influence to consciousness of society. The problem of genre specifics of the talk-show composes tele discourse among which the typical specific signs of talk-show: like a subject which is discussed; on participating guests; in form of the organization of the conversation; on an ethical orientation; on broadcasting time. The talk-show as genre of a tele discourse is presented as thematically focused communicative activity as interactive phenomenon in modern linguistics. The talk-show is presented to one of driving means in modern information space as speech stream which is presented by various forms of interpretation which is realized within concrete type of channel of communication. The talk-show has place among dialogical type of discourse where this genre is represented as process of communication between sender and features of sociocultural perception of product of talk-show by the recipient.*

*Keywords: tele discourse, talk-show, typology, communication, mass-media, categories, information space.*

© Цибко А. В. [Цыбко А. В. ] [lituska@ ukr.net](mailto:lituska@ukr.net)

**Лінгвосоціокультурні особливості теледискурсу та місце у них жанру ток-шоу** (Українською)  
**[Лингвосоциокультурные особенности теледискурса и место в них жанра ток-шоу** (На укр. яз.)]

(Проблеми комунікативної лінгвістики [Проблемы коммуникативной лингвистики])

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS  
 [PROBLEMY SEMANTYKY, PRAHMATYKY TA KOHNITYVNOI LINGVISTYKY]

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

<http://philology.knu.ua/node/318>

### Вступ

**Актуальність теми.** Понятійно-категоріальні ознаки лінгвосоціокультурних феноменів виступають актуальною науковою проблематикою з огляду на різноманітність поглядів вчених на типологічні характеристики дискурсології у сучасному мовознавстві. Поміж інших дифінітивних проблем слід виділити актуалізацію лінгвосоціокультурних особливостей теледискурсу та місце у них жанру ток-шоу у контексті виявлення функціонального потенціалу жанрових особливостей ток-шоу. Дифінітивна визначеність та типологічні ознаки ток-шоу як жанру теледискурсу розкривають взаємозалежність взаємозв'язку вербальних і авербальних засобів соціокультурного впливу, впливають на світогляд реципієнта і є носієм специфічного семантичного механізму передачі інформації, що і зумовлює необхідність дослідження даної проблематики. Актуалізація дослідження проблем дискурсу у мас-медіа посилюється особливостями лінгвосоціокультурного потенціалу даного мовно-соціального інструменту, зокрема, враховуючи найбільший вплив теледискурсу і ток-шоу в цілому на свідомість, політичні, соціально-економічні, культурно-релігійні, етичні та інші світоглядні засади реципієнтів. Медійний дискурс поряд з інтернет-ресурсами на сьогоднішній день займає провідне місце у засобах формування соціально-психологічних якостей багатьох категорій населення, де лінгвістичні засоби відіграють провідне значення у подачі і сприйнятті інформації.

Дослідження даної проблематики відображене останнім часом у роботах таких науковців, як Е.В. Боева, Є.О. Кожемякин, А.А. Кондрико, О.Г. Ларіна, Л.М. Писаренко, М.І. Пташник, С.К. Романюк, К.С. Серажим, С.В. Форманова, Ю.О. Шевлякова та багатьох інших. Вчені наводять характеристики понятійно-категоріального апарату, визначення та особливості категорії теледискурсу та жанру ток-шоу як складової даної категорії. У той же час невирішеними проблемами залишаються лінгвосоціокультурні особливості типології ток-шоу різних напрямків у романських мовах зокрема.

**Мета:** дослідити лінгвосоціокультурні особливості теледискурсу, охарактеризувати типологічні особливості теледискурсу та місце у ньому жанру ток-шоу.

Мета статті реалізована в системі конкретних завдань:

- розглянути етапи становлення поняття «дискурс», виділити типологію видів дискурсу;
- визначити типологічні характеристики теледискурсу як засобу комунікативної діяльності серед інших видів дискурсу;

(Problems of linguistic communications)

Linguistic-sociocultural features of the telediscourse and the place of the talk-show genre in them (in Ukrainian)  
 [Lingvosociokul'turni osoblyvosti teledyskursu ta misce u nyh zhanru tok-shou]

© Tsibko A. V. [Cybko A. V.] [lituska@ukr.net](mailto:lituska@ukr.net)

**ПРОБЛЕМИ СЕМАНТИКИ, ПРАГМАТИКИ ТА КОГНІТИВНОЇ ЛІНГВІСТИКИ**  
**[ПРОБЛЕМЫ СЕМАНТИКИ, ПРАГМАТИКИ И КОГНИТИВНОЙ ЛИНГВИСТИКИ]**

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна  
[Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, Украина]

<http://philology.knu.ua/node/318>

- здійснити аналіз універсальних і диференціальних ознак телевізійного жанру ток-шоу та його місця серед лінгвосоціокультурних особливостей теледискурсу.

**Об'єктом дослідження** виступають лінгвосоціокультурні особливості теледискурсу як комплекс лінгвосоціокультурних інструментів впливу на свідомість реципієнтів.

**Предметом статті** є лінгвосоціокультурні засоби, які визначають ток-шоу як жанр телевізійного дискурсу.

Наукова новизна дослідження полягає в переосмисленні теоретичних основ авторській інтерпретації і функціональних лінгвосоціокультурних особливостей теледискурсу та жанру ток-шоу.

**Основні методи дослідження, використані в статті**, – описовий, порівняльно-історичний, метод верифікації, систематизації, дистрибутивний, трансформаційний, лінгвістичний методи. Також застосовувалися типологічний метод та методи семантичного аналізу.

**Основний зміст.**

На сьогоднішньому етапі розвитку лінгвістики, як наголошує А.А. Кондрико, етимологічний екскурс засвідчує, що “дискурсом” у латинській мові називали бесіди вчених. Відповідно, зі значенням “діалог” слово увійшло до сучасних французької та англійської мов. Існує низка версій щодо запровадження використання терміна “дискурс” у комунікативістиці. За одними даними, як термін лінгвістики це слово уперше було вжито американським дослідником А. Херрісом у 1952 році у статті “Дискурс-аналіз”, присвяченій аналізу мови реклами, за іншими – термін ввів в обіг бельгійський мовознавець Е. Б'юїссанс, включивши його до соссюрівської дихотомії мови і мовлення як третій елемент [6, с. 152].

**Отримані результати.** Як констатують такі дослідники, як Ю.О. Шевлякова, Т.А. Єщенко, К.С. Серажим, Л.О. Чернейко, у середині ХХ ст. термін вживали в англо-американських та французьких наукових колах на позначення мовлення, тексту загалом. Тоді вагомий внесок у його розробку внесли З. Харріс, М. Фуко, Т. ван Дейк та інші. Поява іншого наукового підходу була спричинена намаганням учених не сприймати мовлення і текст як продукт його творення тільки через граматичні категорії, зосереджуючись на структурі речення, а звертатися до соціокультурних ситуацій, ментальних особливостей учасників комунікації, правил та стратегій створення і розуміння тексту [2, с. 42].

У сучасному розумінні термін “дискурс” було введено в науку наприкінці

© Цибко А. В. [Цыбко А. В.] [lituska@ukr.net](mailto:lituska@ukr.net)

Лінгвосоціокультурні особливості теледискурсу та місце у них жанру ток-шоу (Українською)

[Лингвосоцикультурные особенности теледискурса и место в них жанра ток-шоу (На укр. яз.)]

(Проблеми комунікативної лінгвістики [Проблемы коммуникативной лингвистики])



**PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS**  
**[PROBLEMY SEMANTYKY, PRAHMATYKY TA KOHNITYVNOI LINGVISTYKY]**

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

<http://philology.knu.ua/node/318>

70-х – на початку 80-х років ХХ ст. з метою позначення творів усної мови, а також, ширше, як синонім до поняття “мовлення” (французька лінгвістична традиція), об’єкт дослідження “лінгвістики тексту”, маючи на увазі вивчення закономірностей формування та функціонування текстів. Згодом дискурс було визначено як процес застосування мовної системи, а текст - як результат цього процесу [14, с. 10].

Під дискурсом дослідник Л. Чернейко розуміє вербалізований ідеологічний посередник між індивідуальним мовленням (ідіолектом) та мовою-кодом. Дискурсом є вербалізований світогляд, це мова, що несвідомо спрямовується суб’єктивними уявленнями про світ, де виявляються інваріанти картини світу (повсякденна, наукова, філософська, релігійна, поетична тощо) [18, с. 41].

Слід констатувати, що у лінгвістиці поняттєвий діапазон терміна “дискурс” доволі широкий. З огляду на різноманіття його тлумачень існує таке визначення як “тип комунікативної діяльності, інтерактивне явище, мовленнєвий потік, що має різні форми вияву, відбувається в межах конкретного каналу спілкування, регулюється стратегіями і тактиками учасників. Дискурс є синтезом когнітивних, мовних, позамовних чинників, які визначаються конкретним колом “форм життя”, залежних від тематики спілкування. До того ж, дискурс має своїм результатом формування різноманітних мовленнєвих жанрів” [1, с. 138]. В умовах сучасного суспільства, де головною рушійною силою є інформація, ключовим видом дискурсу, що реалізує рух соціальної думки і формує концептуальну картину світу людини, є мас-медійний дискурс, який ще називають медіадискурсом. Його визначають як “сукупність процесів та продуктів мовленнєвої діяльності у сфері масової комунікації у всьому їх різноманітті та складності їх взаємодії” [2, с. 21]. Розглядають це явище і як “тематично сфокусовану, соціокультурно обумовлену мовленнєво-мисленнєву діяльність у мас-медійному просторі” [5, с. 16]. Варто зазначити, що медіадискурс має вигляд ієрархічно організованого континууму текстів, у якому одиниці меншого структурно-змістового об’єму входять до складу більших цілих частин [4, с. 133].

Різновиди мас-медійного дискурсу виділяються залежно від використаних комунікативно-інформаційних каналів і реалізуються завдяки різноманітним мовним засобам і стратегіям. Відповідно до виконуваної комунікативної функції виділені такі види мас-медійного дискурсу, як публіцистичний дискурс, рекламний дискурс, PR-дискурс [19].

Публіцистичний дискурс Н.І. Лютянська, М.І. Пташник, О.Ю. Шевлякова та інші дослідники визначають як різновид інформаційно-орієнтаційного інституційного дискурсу, що реалізується за допомогою засобів масової

(Problems of linguistic communications)

**Linguistic-sociocultural features of the telediscourse and the place of the talk-show genre in them (in Ukrainian)**

**[Lingvosociokul'turni osoblyvosti teledyskursu ta misce u nyh zhanru tok-shou]**

© Tsibko A. V. [Cybko A. V.] [lituska@ukr.net](mailto:lituska@ukr.net)

**ПРОБЛЕМИ СЕМАНТИКИ, ПРАГМАТИКИ ТА КОГНІТИВНОЇ ЛІНГВІСТИКИ**  
**[ПРОБЛЕМЫ СЕМАНТИКИ, ПРАГМАТИКИ И КОГНИТИВНОЙ ЛИНГВИСТИКИ]**

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна  
[Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, Украина]

<http://philology.knu.ua/node/318>

комунікації та передбачає свідому та явно виражену авторську актуалізуючу позицію. Публіцистичний дискурс передбачає наявність двох комунікантів – автора та реципієнта. В першу чергу, публіцистичний дискурс дозволяє охопити значну кількість адресатів. Інформація, що отримана за допомогою публіцистичного дискурсу, сприяє формуванню у свідомості громадськості політичної, мовної, наївної картини світу. Метою публіцистичного дискурсу є повідомлення про явища навколишньої дійсності, її конструювання у текстах для передачі широкому колу осіб. Сучасний публіцистичний дискурс характеризується значною кількістю кліше, готових до сприйняття блоків, зворотів та мовленнєвих стереотипів. З іншого боку, у публіцистиці існує чимало прийомів та форм, що не закріплені у мові та конструюються в умовах певної мовленнєвої ситуації, які використовуються з певною комунікативною метою. Серед безлічі засобів, що характеризують сучасний публіцистичний дискурс, виокремлюють феномен, що проявляється через підбір альтернативного плану вираження. Він направлений на інформаційно-емоційний вплив на адресата та досягнення позитивного комунікативного результату. Вищезгаданий феномен виникає у тих випадках, коли безпосередня номінація не відповідає вимогам комунікації [12, с. 10].

Іншим видом мас-медійного дискурсу є рекламний дискурс. Представники комунікативної лінгвістики розуміють це явище як комунікативну структуру, фреймові стратегії функціонування якої в комунікативному просторі реклами визначаються комплексною взаємодією фреймів автора, предмета, адресата та мети рекламного дискурсу. Тобто, він має комунікативний потенціал, який дозволяє активізувати різноманітні вербальні та екстравербальні засоби для адекватного відображення антропоцентричних, когнітивних, комунікативно-функціональних, соціальних і культурологічних факторів контекстуалізації. Останні формують жанровий контекст рекламного дискурсу з метою реалізації авторської прагматики та досягнення мети комунікації [13, с. 229].

PR-дискурс, або дискурс у сфері публік релейшнз, - відносно новий тип мас-медійного дискурсу, спрямований на встановлення зв'язків між інституціями, партіями, окремими політиками і суспільством взагалі. Такі зв'язки роблять діяльність організації або політика прозорішою, зрозумілою решті суспільства. PR (від англ. public relations “зв'язки з громадськістю”) - комунікація у сфері відносин суспільних інституцій з громадянами, тобто суспільна комунікація. Головне її завдання - створення позитивного іміджу інституції чи окремого політичного діяча, формування зовнішнього та внутрішнього соціального політико- психологічного середовища, сприятливого для успіху цієї інституції чи

© Цибко А. В. [Цыбко А. В.] [lituska@ukr.net](mailto:lituska@ukr.net)

Лінгвосоціокультурні особливості теледискурсу та місце у них жанру ток-шоу (Українською)  
[Лингвосоциокультурные особенности теледискурса и место в них жанра ток-шоу (На укр. яз.)]

(Проблеми комунікативної лінгвістики [Проблемы коммуникативной лингвистики])

**PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS**  
**[PROBLEMY SEMANTYKY, PRAHMATYKY TA KOHNITYVNOI LINVISTYKY]**

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

<http://philology.knu.ua/node/318>

цього діяча. За допомогою PR-дискурсу здійснюють плановий і постійний зв'язок між організацією та громадськістю, підтримують нормальні відносини. PR-спеціалісти проводять моніторинг свідомості, думок, ставлень і поведінки як усередині організації, так і поза нею. Іншим їх завданням є аналіз впливу політики на спільноту. PR-спеціалісти апробують нові прийоми політики, дій і впливів на спільноту. Вони здійснюють зміни в ставленнях, поведінці всередині певної організації й поза нею. До того ж, вони формують нові або закріплюють старі зв'язки між організацією і спільнотою. Відповідно до каналу реалізації розрізняють наступні види мас-медійного дискурсу, як теледискурс, радіодискурс та комп'ютерний дискурс [19].

Теле- та радіодискурс передбачають невимушеність, неофіційність. Автори теле- та радіопередач створюють знаковий образ живого мовлення. Мовець (диктор) і слухач (глядач) перебувають у різних точках простору і часу, не можуть коригувати мовлене і почуте (наприклад, перепитати). Темп подавання (відбору) інформації не залежить від слухача (глядача). Статус мовця – офіційний, слухача (глядача) – неофіційний. Теледискурс поєднує слово і зображення, що є особливим семіотичним “синтаксисом” зі складними правилами [1, с. 139; 9, с. 138].

Теледискурс передбачає неофіційність та невимушеність, оскільки автори телепередач створюють знаковий образ живого мовлення. Диктор і глядач перебувають у різних точках простору і часу, тому вони не здатні корегувати вимовлене й почуте, наприклад, перепитати. Темп відбору інформації не залежить від глядача, оскільки статус мовця – офіційний, глядача – неофіційний. Теледискурс носить опосередкований характер, тобто між адресантом і адресатом є дистанція – просторова та / або тимчасова. Внутрішня структура телевізійного повідомлення створюється через поєднання різних семіотичних елементів. У телебаченні, екранному за формою, існують дві принципово різні семіотичні системи – зображальна й словесна. Це дві мови – мова зорових образів і мова словесних образів. Екранний контекст містить конструктивні складові, які умовно можна позначити так: візуальна ситуація (зміст кадру, монтаж відеоряду, динаміка зображення), аудіоситуація (голос, шуми, музика) і мовленнєва ситуація (зміст повідомлення та екстралінгвістичні умови процесу мовлення). Текстова сфера ТБ формується у результаті взаємодії і взаємозв'язку цих трьох різних ситуацій. Залежно від типу телевізійної передачі, основну інформацію, смислове навантаження може прийняти на себе той чи інший елемент тріади „зображення – звук – мовлення”, тобто співвідношення між лінгвотекстом та екранним текстом змінюється [16, с. 257].

(Problems of linguistic communications)

**Linguistic-sociocultural features of the telediscourse and the place of the talk-show genre in them (in Ukrainian)**

**[Lingvosociokul'turni osoblyvosti teledyskursu ta misce u nyh zhanru tok-shou]**

© Tsibko A. V. [Cybko A. V.] [lituska@ukr.net](mailto:lituska@ukr.net)



**ПРОБЛЕМИ СЕМАНТИКИ, ПРАГМАТИКИ ТА КОГНІТИВНОЇ ЛІНГВІСТИКИ**  
**[ПРОБЛЕМЫ СЕМАНТИКИ, ПРАГМАТИКИ И КОГНИТИВНОЙ ЛИНГВИСТИКИ]**

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна  
[Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, Украина]

<http://philology.knu.ua/node/318>

У той же час, на радіо та телебаченні, не зважаючи на усність форми, існує свідомо установка на засоби вираження і, відповідно, - більш-менш суворий відбір мовних засобів, характерних для письмового мовлення. Але усність мовлення та синхронічність його сприйняття зумовлюють обов'язковість економичності засобів вираження, оскільки у людини існує певна психологічна межа сприйняття – поріг уваги. Загальна теорія зв'язку, означена теоремою К. Шеннона, засвідчує, що час, потрібний для передачі повідомлення на певному каналі зв'язку можливий за умови, що передача ведеться найраціональнішим чином, тобто прямо пропорційно кількості переданої інформації. Чим більша кількість інформації, тим більше часу потрібно для її передачі. Тому в радіомовленні та на телебаченні потрібно обмежувати обсяг направлено на слухача потоку мовленнєвої інформації і у той же час максимально насичувати її змістом. Інакше може настати втома, при якій рівень сприйняття різко впаде, а то і зведеться до мінімуму [16, с. 258; 17].

Класифікація жанрів теледискурса і їх різновидів, що виділяються за тематичною ознакою, має, за визначенням О.Г. Ларіної, наступний вигляд: теленовини, телеогляди, фільми на ТБ (художній, документальний, драма, мелодрама, бойовик, комедія, пригоди, трилер, жахи, детектив, еротика), телесеріал, телеспектакль, мультиплікаційний фільм (для дітей, для дорослих), телеінтерв'ю (портретне, тематичне, змішаний тип інтерв'ю [портретне + тематичне]), телерозслідування, телереклама (політична реклама, комерційна реклама, анонс), теледебати, телешоу (ток-шоу, реаліті шоу, ігрове шоу, комедійне шоу), телегра, телевікторина, телеекстрем, телеподорож, телеклуб, телеінструкція, телешоп, телегороскоп, телелотерея, телешкола, музика на ТБ (музичний концерт, музична програма, музичний конкурс), спорт на ТБ, патріотична програма, програма про здоров'я, науково-популярна програма, пародійно-гумористична програма, кулінарна програма. Поступовий перехід від традиційного – одностороннього, монологічного типу телекомунікації до інтерактивного – двостороннього, діалогового типу, відповідно, розширює палітру діалогових жанрів, що протиставляються за структурно-композиційною ознакою монологічним жанрам. Перші з них (теледебати, ток-шоу, реаліті-шоу, ігрове шоу, телегра, телеінтерв'ю і т.п.) розглядаються як мовні події, засновані на використанні, як правило, непередбаченої, спонтанній мові; другі (теленовини, телеогляду, телегороскоп і т.п.) – мовні події, в основі яких лежить підготовлена, неспонтанна мова. Наведені характеристики (спонтанність, неспонтанність, підготовленість) обумовлюють основні структурні відмінності вказаних жанрів телевізійного дискурсу. За стилістичною ознакою розрізняються полярні жанри

© Цибко А. В. [Цыбко А. В.] [lituska@ukr.net](mailto:lituska@ukr.net)

Лінгвосоціокультурні особливості теледискурсу та місце у них жанру ток-шоу (Українською)  
[Лингвосоцикультурные особенности теледискурса и место в них жанра ток-шоу (На укр. яз.)]

(Проблеми комунікативної лінгвістики [Проблемы коммуникативной лингвистики])

**PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS**  
**[PROBLEMY SEMANTYKY, PRAHMATYKY TA KOHNITYVNOI LINGVISTYKY]**

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

<http://philology.knu.ua/node/318>

телевізійного дискурсу: “публіцистичні” (дикторський прочитання тексту офіційної інформації, характерне для жанру теленовин і т.п.) і “розмовні” (спілкування телекомунікатор і не попереджений про участь в телевізійній передачі людини, наприклад, в програмі “Прихована камера” [жанр пародійно-гумористична передача], в детективних ток-шоу, в програмах жанру телерозслідування та інших). У першому випадку жанр втілюється в ситуації мовного спілкування, основними ознаками якого є офіційність і публічність, в другому – неофіційність та розмовного (використання побутово-побутової розмовної мови). Решта жанрів за виділеними ознаками розташовуються посередині цієї шкали [8, с. 54].

Серед жанрів теледискурсу слід виокремити жанр ток-шоу (далі – ТШ) як один із відносно нових та популярних різновидів мас-медійного дискурсу. Ток-шоу належить до діалогічного типу дискурсу і представляє динамічний процес комунікативної взаємодії, що характеризується семантичною та прагматичною когерентністю, комунікативною ініціативою адресанта (ведучого) та комунікативною респонсивною реакцією адресата (респондента), набором комунікативних стратегій і тактик, спрямованих на реалізацію комунікативного наміру та мети [11, с. 296]. Вчені зауважують, що ток-шоу є максимально персоніфікованою формою екранного продукту, де найважливішою є роль ведучого, який повинен не лише бути модератором, а й володіти якостями яскравої мовної особистості: розумом, дотепністю, привабливістю, гумором, умінням уважно слухати, створювати сприятливу атмосферу для комунікативної взаємодії тощо [15, с. 189]. Важливо, що ведучий-професіонал повинен володіти набором принципів мовленнєвого впливу, що включає основні комунікативні макро та мікро стратегії, які актуалізуються в іспаномовному дискурсі ток-шоу. Залежно від різновиду ток-шоу (наприклад, гостра дискусія), часових рамок, визначених для ефіру телеканалом, та чіткої композиційної структури програми формується набір або відбувається вибір стратегічних та тактичних комунікативних прийомів, найбільш актуальних для досягнення адресантом (ведучим) комунікативної мети та адресатом (респондентом) – для реалізації власних комунікативних намірів. ТШ – досить складний гібридний тип дискурсу, в якому важко провести межі між розмовою (talk), що за своєю природою є діалогічною, та шоу (show), що передбачає монологічність, між публічністю та приватністю, між колективним та особистим досвідом, між думкою експертів та власним досвідом, між масовою та між особою комунікацією [7, с. 30; 20, с.489]

Слід погодитись із дослідниками у тому, що ток-шоу є унікальним феноменом у медійному просторі, оскільки поєднує моделі різних видів

(Problems of linguistic communications)

**Linguistic-sociocultural features of the telediscourse and the place of the talk-show genre in them (in Ukrainian)**

**[Lingvosociokul'turni osoblyvosti teledyskursu ta misce u nyh zhanru tok-shou]**

© Tsibko A. V. [Cybko A. V.] [lituska@ukr.net](mailto:lituska@ukr.net)

**ПРОБЛЕМИ СЕМАНТИКИ, ПРАГМАТИКИ ТА КОГНІТИВНОЇ ЛІНГВІСТИКИ**  
**[ПРОБЛЕМЫ СЕМАНТИКИ, ПРАГМАТИКИ И КОГНИТИВНОЙ ЛИНГВИСТИКИ]**

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна  
[Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, Украина]

<http://philology.knu.ua/node/318>

соціально-зумовленої комунікативної поведінки, що належить до різних типів дискурсу, об'єднуючи в собі ознаки інших медійних форм, таких як інтерв'ю, дебати, сітками, вікторини. Але водночас ТШ має свої ознаки, які виділяють його серед інших медійних продуктів: формат, форму регулювання, часові рамки, мету, загальну направленість, особистість ведучого і учасників (їхні біографії, освіта та походження), їх цілі та стосунки між ними. Саме ці ознаки-параметри дослідники покладають у основу класифікації ТШ: 1) за типом теми, що обговорюється: економіка, спорт, мода, психологія, література, кулінарія та інші; 2) за учасниками-гостями: група фахівців, група фахівців та учасники події, учасники події; 3) за формою організації розмови: журнальний формат розмови на одну проблемну тематику, журнальний формат розмови на декілька проблемних тематик, бесіда між ведучим та гостем один-на-один; 4) за етичною направленістю; 5) за часом трансляції: транслюються з ранку (по буднях, по неділях), транслюються в день (по будням, кожен день, транслюються ввечері, транслюються вночі) [21]. На погляд дослідників, дискурс ТШ має гібридну природу. З одного боку його розглядають як дискурс розмови один на один, що поєднує в собі ознаки таких різновидів даного типу дискурсу, як звичайна розмова, розмова в суді, розмова у класі, розмова між доктором та пацієнтом, інтерв'ю. З іншого боку, дискурс ТШ направлений на глядача у студії та біля телеекрану, що само по собі порушує "інтимність" розмови. Лише в такому телевізійному жанрі, як ТШ, особиста розмова поєднується з публічними дебатами, поєднуючи правила поведінки та стратегії, що притаманні інституційному та побутовому типам дискурсу, розмиваючи існуючі між ними границі. Саме тому дискурс ТШ називають квазірозмовним або напівінституційним. Гібридність дискурсу ТШ виявляється й у функціях, що вони виконують: з одного боку вони мають на меті розважити аудиторію, а з іншого – інформувати, тим самим впливаючи та формуючи погляди на суспільство, політику в цілому та політичне життя в країні. Звичною формою подачі інформації для глядача є випуск новин, реклама товару чи події, або більш прихованою (завуальованою) – інтерв'ю. Так само як і в інтерв'ю, в ТШ спостерігається розмова у вигляді запитання-відповідь, де роль інтерв'юера виконує ведучий, а роль інтерв'юємого – запрошений гість. Але, на відміну від інтерв'ю, де безпристрасність та об'єктивність при обговоренні необхідне, розмова-інтерв'ю ТШ тісно переплітається з особистістю розмовляючих, допускаючи емоційно забарвлене висловлення думки як ведучим, так і гостями. Перебіг розмови може перериватися оцінним висловленням або коментарем. Таким чином, окрім ознайомлення з подією, формат ТШ дає можливість

© Цибко А. В. [Цыбко А. В.] [lituska@ukr.net](mailto:lituska@ukr.net)

Лінгвосоціокультурні особливості теледискурсу та місце у них жанру ток-шоу (Українською)  
[Лингвосоцикультурные особенности теледискурса и место в них жанра ток-шоу (На укр. яз.)]

(Проблеми комунікативної лінгвістики [Проблемы коммуникативной лингвистики])

**PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS**  
**[PROBLEMY SEMANTYKY, PRAHMATYKY TA KOHNITYVNOI LINGVISTYKY]**

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

<http://philology.knu.ua/node/318>

висловити власну суб'єктивну думку. Виходячи з такого поєднання двох функцій (інформативної та розважальної), вчені називають ТШ інфо-розважальним (infotainment) [10, с. 166].

### **Висновки**

Таким чином, лінгвосоціокультурні особливості теледискурсу полягають у специфічній функції теледискурсу: мінливість, яка побудована на специфіці мовного втілення “розмовних” жанрів теледискурсу серед інших видів дискурсу. Саме ця функція і зумовлює неможливість повної поляризації жанрів, що виділяються за стилістичною ознакою, серед яких і теледискурс. Характерною ознакою теледискурсу є його достатня лінгвосоціокультурна універсальність, яку найбільш характерно виражає, на наш погляд, жанр ток-шоу. Універсальні і диференціальні ознаки телевізійного жанру ток-шоу лінгвістичного і екстралінгвістичні характеру засвідчують його гібридні ознаки, коли сам жанр уміщує у собі характеристики інших жанрів (квазірозмовні ознаки тощо).

### **Перспективи подальших наукових розвідок**

Перспективами подальших досліджень тут слід виділити компаративні, порівняльні дослідження лінгвосоціокультурні особливості жанру ток-шоу у матеріалах телепередач за соціально-економічним спрямуванням, де найбільш характерно застосовуються всі характеристики даного жанру дискурсу, що надасть можливість більш чітко виділити типологію різновидів ток-шоу.

### **Література**

1. *Бацевич Ф. С.* Основи комунікативної лінгвістики/ Ф. С. Бацевич. – К.: Видавничий центр “Академія”, 2004. – 344 с.
2. *Добросклонская Т. Г.* Медиадискурс как объект лингвистики и межкультурной коммуникации/ Т. Г. Добросклонская// Вестник МГУ. Сер. 10: Журналистика. – 2006. – № 2. – С. 20-23.
3. *Єщенко Т. А.* Лінгвістичний аналіз тексту: [навчальний посібник] / Т. А. Єщенко. – К.: ВЦ «Академія», 2009. – 264 с.
4. *Желтухина М. Р.* Тропологическая суггестивность масс-медиадискурса: О проблеме речевого взаимодействия тропов в языке СМИ [Текст]: монография/ М. Р. Желтухина. – М.: Ин-т языкознания РАН; Волгоград: Изд-во ВФ МУПК, 2003. – 656 с.
5. *Кожемякин Е. А.* Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования/ Е. А. Кожемякин// Научные ведомости. – Серия: Гуманитарные науки. – 2010. – №12(83). – Вып. 6. – С. 13-21.
6. *Кондрико А.А.* Сучасні концепції поняттєвої інтерпретації «дискурсу» в соціальній комунікації / А.А. Кондрико // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия "Филология. Социальные коммуникации". – Том 24 (63). – 2011. – №4. – Часть 1. – С. 152-156.
7. *Лагодзінська О. А.* Дискурсивна маніпулятивна стратегія «схилення до відвертості» в

(Problems of linguistic communications)

**Linguistic-sociocultural features of the telediscourse and the place of the talk-show genre in them (in Ukrainian)**  
**[Lingvosociokul'turni osoblyvosti teledyskursu ta misce u nyh zhanru tok-shou]**

© *Tsibko A. V.* [Cybko A. V.] [lituska@ukr.net](mailto:lituska@ukr.net)



**ПРОБЛЕМИ СЕМАНТИКИ, ПРАГМАТИКИ ТА КОГНІТИВНОЇ ЛІНГВІСТИКИ**  
**[ПРОБЛЕМЫ СЕМАНТИКИ, ПРАГМАТИКИ И КОГНИТИВНОЙ ЛИНГВИСТИКИ]**

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна  
[Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, Украина]

<http://philology.knu.ua/node/318>

англомовному ток-шоу та вербальні засоби її реалізації (на матеріалі телевізійної передачі Стівена Сакера «Відверта розмова» *hardtalk*) О. А. Лагодзінська // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. – Сер.: Філологія. 2014 – № 11. – Том 2. – С. 28 – 32.

8. *Ларина Е.Г.* Телевизионный дискурс как диалогический тип дискурса / Е.Г. Ларина // Актуальные вопросы лингвистики в работах молодых ученых: Материалы Научной сессии факультета лингвистики и межкультурной коммуникации ВолГУ (апрель 2003 г.): Сб. науч. ст. – Волгоград: Изд-во Волгоград, 2004. – Вып. 2. – С. 52 - 60.

9. *Лютянська Н. І.* Мас-медійний дискурс: типологічні та структурно-організаційні особливості / Н. І. Лютянська // Наукові записки [Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя]. Сер. : Філологічні науки. – 2014. – Кн. 2. – С. 136-141.

10. *Писаренко Л. М.* Дискурс політичного ток-шоу як гібридний тип дискурсу / Л.М. Писаренко // Науковий вісник Чернівецького університету. Германська філологія. – 2014. – Вип. 692-693. – С. 165-169.

11. Проблеми та перспективи розвитку науки на початку третього тисячоліття у країнах СНД: зб. наук. праць за матеріалами 7-ої Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., Переяслав-Хмельницький, 29-31 січня 2013 р. / Мін-во освіти і науки, молоді та спорту, Переяслав-Хмельницький держ. педагогічний ун-тет ім. Григорія Сковороди [та ін.]. – Переяслав-Хмельницький, 2013. – 348 с.

12. *Пташник М. И.* Система реноминативных приемов в современном публицистическом дискурсе (на материале русского, английского, и испанского языков): автореф. дисс. на соискание науч. степени канд. филол. наук: спец. 10.02.19 “Теория языка”/ М. И. Пташник. – Ростов-на-Дону, 2010. – 23 с.

13. *Романюк С. К.* Типологічні особливості рекламного дискурсу/ С. К. Романюк // Вісник Житомирського державного університету. – Серія: Філологічні науки. – 2010. – № 54. – С. 228-231.

14. *Серажим К. С.* Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність [На матеріалах сучасної газетної публіцистики]: Монографія / За ред. В. В. Різуна / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. – К.: Либідь, 2002. – 392 с.

15. Телевизионная журналистика: [учебник] / редколлегия: Георгий Кузнецов, Валерий Цвик, Александр Юровский. – М.: Изд-во МГУ, Изд-во «Высшая школа», 2002. – 304 с.

16. *Форманова С. В., Боева Е. В.* Лінгвальні особливості теледискурсу: прагматичний аспект // Журналістика. Філологія. Медіаосвіта : збірник наукових праць. – Полтава, 2014. – С. 256–260.

17. Центр екстремальної журналістики [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://cjes.ru>.

18. *Чернейко Л. О.* Термин «дискурс»: поиски означаемого / Л. О. Чернейко // Вестник Московского государственного университета. Серия 10. Журналистика. – 2006. – № 2. – С. 34-41.

19. *Шевлякова Ю. О.* Особливості дискурсу Інтернет – ЗМІ (на матеріалі англomовних он-лайн журналів для підлітків) [Електронний ресурс]/ Науковий блог НаУ “Острозька академія”. – Режим доступу: <http://naub.oa.edu.ua/2013/osoblvvosti-dvskursu-internet-zmi-na-materiali-anhlovovnh-on-lain-zhurnaliv-dlva-pidlitkiv/>.

20. *Ilie C.* Talk Shows / C. Ilie // Encyclopedia of Language and Linguistics 2nd Edition. - Oxford: Elsevier. – 2006. – Vol. 12. – P. 489-494.

21. *Timberg B.M.* Talk Show [Електронний ресурс] / В.М. Timberg – Режим доступу:

© Цибко А. В. [Цыбко А. В.] [lituska@ukr.net](mailto:lituska@ukr.net)

Лінгвосоціокультурні особливості теледискурсу та місце у них жанру ток-шоу (Українською)

[Лингвосоциокультурные особенности теледискурса и место в них жанра ток-шоу (На укр. яз.)]

(Проблеми комунікативної лінгвістики [Проблемы коммуникативной лингвистики])



**PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS**  
**[PROBLEMY SEMANTYKY, PRAHMATYKY TA KOHNITYVNOI LINVISTYKY]**

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

<http://philology.knu.ua/node/318>

<http://www.museum.tv/eotv/talkshows.htm>.

### References

1. Batsevych F. S. *Osnovy komunikatyvnoi lnhvistyky* [Fundamentals of communicative linguistics]. Kiev, Vydavnychiy tsentr "Akademiia", 2004, 344 p. (In Ukr.).
2. Dobrosklonskaya T. G. Mediadiskurs kak obyekt lingvistiki i mezhkulturnoy kommunikatsii [Media discourse as the object of linguistics and intercultural communication]. *Vestnik MGU. Ser. 10: Zhurnalistika*. [Herald of MGU. Series 10: Journalism] – 2006. – № 2. – P. 20-23. (In Russ.)
3. Yeshchenko T. A. *Linhvistychnyi analiz tekstu: [navchalnyi posibnyk]* [Linguistic analysis of the text: [Tutorial] / T. A. Yeshchenko. Kiev, VTs «Akademiia», 2009, 264 s. (In Ukr.).
4. Zheltukhina M. R. *Tropologicheskaya suggestivnost mass-medialnogo diskursa: O probleme rechevogo vzaimodeystviya tropov v yazyke SMI* [Tekst]: monografiya [Tropological suggestiveness mass-media discourse: On the problem of verbal interaction in the language of the media tropes] / M. R. Zheltukhina. Moscow, In-t yazykoznaniiya RAN; Volgograd: VF MUPK, 2003, 656 p. (In Russ.)
5. Kozhemyakin E. A. Massovaya kommunikatsiya i mediadiskurs: k metodologii issledovaniya [Mass communication and media discourse: to research methodology]. *Nauchnyye vedomosti. – Seriya: Gumanitarnyye nauki*. [Scientific statements. – Series: Humanities]. 2010, №12(83), No. 6, P. 13-21. (In Russ.)
6. Kondryko A. A. Cuchasni kontseptsii poniattivoi interpretatsii «diskursu» v sotsialnii komunikatsii [Modern concepts conceptual interpretation of "discourse" in social communication] // *Uchenyye zapiski Tavricheskogo natsionalnogo universiteta im. V.I. Vernadskogo. Seriya "Filologiya*. [Sotsialnyye komunikatsii "Scientific notes of Taurida National University. VI. Vernadsky. A series of "Philology. Social Communication"]. No 24 (63), 2011, №4, Ch. 1, P. 152-156. (In Ukr.).
7. Lahodzinska O. A. Dyskursyvna manipulyativna stratehiia «skhylennia do vidvertosti» v anhlo movnomu tok-shou ta verbalni zasoby yii realizatsii (na materialy televiziinoi peredachi Stivena Sakera «Vidverta rozmova» hardtalk) [Discourse manipulative strategy "declination openness" in the English-language talk shows and verbal means of implementation (based on Stephen Saker television program "Straight Talk» hardtalk)] O. A. Lahodzinska // *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. – Ser.: Filolohiia*. [Scientific Journal of International Humanitarian University. – Series: Philology]. 2014, № 11, Ch. 2, P. 28 – 32. (In Ukr.).
8. Larina E.G. Televizionnyy diskurs kak dialogicheskiy tip diskursa [Television discourse as a dialogical type of discourse] / E.G. Larina // *Aktualnyye voprosy lingvistiki v rabotakh molodykh uchenykh: Materialy Nauchnoy sessii fakulteta lingvistiki i mezhkulturnoy kommunikatsii VolGU (aprel 2003 g.)* [Topical issues of linguistics in the works of young scientists: Proceedings of the Scientific Session of the Faculty of Linguistics and Intercultural Communication Volgograd (April 2003)]: Sb. nauch. st., Volgograd, 2004, No. 2, P. 52 – 60. (In Russ.)
9. Liutianska N. I. Mas-mediinyi diskurs: tipolohichni ta strukturno-orhanizatsiini osoblyvosti [Mass media discourse: typological and structural and organizational characteristics]. *Naukovi zapysky Nizhynskoho derzhavnoho universytetu im. Mykoly Hoholia*. Ser. : Filolohichni nauky [Scientific notes Nijinsky State University. Nikolai Gogol]. Avg.: Philology]. 2014, Kn. 2, P. 136-141. (In Ukr.).
10. Pysarenko L.M. Diskurs politychnoho tok-shou yak hibrydnyi typ diskursu [The discourse of political talk shows as a hybrid type of discourse] / L.M. Pysarenko // *Naukovyi visnyk Chernivetskoho universytetu. Hermanska filolohiia* [Scientific Bulletin of Chernivtsi University. Germanic Philology.]. 2014, No. 692-693, P. 165-169. (In Ukr.).

(Problems of linguistic communications)

**Linguistic-sociocultural features of the telediscourse and the place of the talk-show genre in them** (in Ukrainian)  
**[Lingvosociokul'turni osoblyvosti telediskursu ta misce u nyh zhanru tok-shou]**

© Tsibko A. V. [Cybko A. V.] [lituska@ukr.net](mailto:lituska@ukr.net)

**ПРОБЛЕМИ СЕМАНТИКИ, ПРАГМАТИКИ ТА КОГНІТИВНОЇ ЛІНГВІСТИКИ**  
**[ПРОБЛЕМЫ СЕМАНТИКИ, ПРАГМАТИКИ И КОГНИТИВНОЙ ЛИНГВИСТИКИ]**

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна  
[Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, Украина]

<http://philology.knu.ua/node/318>

11. Problemy ta perspektyvy rozvytku nauky na pochatku tretoho tysiacholittia u krainakh SND [Problems and prospects of development of science at the beginning of the third millennium in SND]: *Zb. nauk. prats za materialamy 7-oi Mizhnar. nauk.-prakt. internet-konf., Pereiaslav-Khmelnytskyi, 29-31 sichnia 2013 r. / Min-vo osvity i nauky, molodi ta sportu, Pereiaslav-Khmelnytskyi derzh. pedahohichnyi un-tet im. Hryhoriia Skovorody [ta in.]*. – [Scientific papers on materials 7th International Scientific Internet Conference, Pereyaslav-Khmelnitsky, 29-31 January 2013 / Ministry of Education, Youth and Sports, Pereyaslav-Khmelnitsky Pedagogical University. Gregory Pans [et al.]. Pereiaslav-Khmelnytskyi, 2013, 348 p. (In Ukr.).

12. Ptashnik M. I. *Sistema renominativnykh priyemov v sovremennom publitsisticheskom diskurse (na materiale russkogo. angliyskogo. i ispanskogo yazykov)*: avtoref. diss. na soiskaniye nauch. stepeni kand. filol. nauk: spets. 10.02.19 "Teoriya yazyka" / M. I. Ptashnik. [Renominativ system techniques in modern journalistic discourse (on the material of Russian, English, and Spanish): thesis abstract on competition of a scientific degree of candidate of philological sciences: specialty 10.02.19 "Theory of Language"]. Rostov-na-Donu, 2010, 23 p. (In Russ.)

13. Romaniuk S. K. *Typologichni osoblyvosti reklamnoho dyskursu* [Typological characteristics of advertising discourse]. *Visnyk Zhytomyrskoho derzhavnoho universytetu. – Seriya: Filolohichni nauky.* – [Journal of Zhytomyr State University. – Series: Philology]. 2010, № 54, P. 228-231 (In Ukr.).

14. Serazhym K. S. *Dyskurs yak sotsiolingvalne yavlyshche: metodolohiia, arkhitektonika, variatyvnist [Na materialakh suchasnoi hazetnoi publitsystyky]: Monohrafiia / Za red. V. V. Rizuna / Kyiv. nats. un-t im. Tarasa Shevchenka*. [Discourse as sociolinguistic phenomenon: methodology, architectonic, variability [on materials of modern newspaper journalism]. Kiev, Lybid, 2002. 392 p. (In Ukr.).

*Televizionnaya zhurnalistika*: [uchebnik] / redkollegiya: Georgiy Kuznetsov. Valeriy Tsvik. Aleksandr Yurovskiy [Television journalism: [textbook] / Editorial Board: Georgiy Kuznetsov, Valery Zwick, Alexander Yurovsky]. Moscow, MGU, «Vysshaya shkola». 2002, 304 p. (In Russ.).

15. Formanova S. V., Boieva E. V. *Linhvalni osoblyvosti teledyskursu: prahmatychnyi aspekt [Lingual features tele discourse: pragmatic aspect] // Zhurnalistyka. Filolohiia. Mediaosvita: zbirnyk naukovykh prats* [Journalism. Philology. Media Education: scientific research journal]. Poltava, 2014, P. 256–260. (In Ukr.).

16. *Tsentr ekstremalnoi zhurnalistyky* [Center of Extreme Journalism] [Electronic resource]. Available at: <http://cjes.ru>. (accessed 09.03.2016) (In Russ.).

17. Cherneyko L. O. *Termin «diskurs»: poiski oznachayemogo [The term "discourse": the search for meaning] / L. O. Cherneyko // Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika* [Bulletin of Moscow State University. Series 10. Journalism]. 2006, № 2, P. 34-41 (In Russ.)

18. Shevliakova Iu.O. *Osoblyvosti dyskursu Internet – ZMI (na materialakh anhlomovnykh on-lain zhurnaliv dlia pidlitkiv)* [Features of Internet discourse – media (based on the English online magazine for teens)] [Electronic resource] / *Science Blog Nau "Ostroh Academy"*. Available at: <http://naub.oa.edu.ua/2013/osoblyvosti-dvskursu-internet-zmi-na-materiali-anhlomovnykh-on-lain-zhurnaliv-dlva-pidlitkiv/>. (accessed 15.03.2016) (In Ukr.).

19. Ilie C. *Talk Shows. Encyclopedia of Language and Linguistics 2nd Edition*. Oxford: Elsevier, 2006, Vol. 12, P. 489-494. (In Eng.).

20. Timberg B.M. *Talk Show* [Electronic resource] / B.M. Timberg. Available at: <http://www.museum.tv/eotv/talkshows.htm>. (accessed 09.03.2016) (In Eng.).

© Цибко А. В. [Цыбко А. В.] [lituska@ukr.net](mailto:lituska@ukr.net)

**Лінгвосоціокультурні особливості теледискурсу та місце у них жанру ток-шоу (Українською)**  
**[Лингвосоциокультурные особенности теледискурса и место в них жанра ток-шоу (На укр. яз.)]**

(Проблеми комунікативної лінгвістики [Проблемы коммуникативной лингвистики])