

2. Апресян Ю.Д. Лексическая семантика. Синонимические средства языка / Ю.Д. Апресян. – М. : Наука, 1974. – 283 с.
3. Виноградов В.В. Избранные труды. Исследования по русской грамматике / В.В. Виноградов. – М. : Наука, 1975. – 254 с.
4. Гак В.Г. Высказывание и ситуация / В.Г. Гак. – М. : Наука, 1972. – 352 с.
5. Дорошенко А.В. Побудительные речевые акты в косвенных контекстах / А.В. Дорошенко // Логический анализ языка. Проблемы интенциональных и прагматических контекстов. – М. : Наука, 1989. – С. 75–83.
6. Кобозева И.М. Лингвистическая семантика : Учебное пособие / И.М. Кобозева. – М. : Эдиториал УРСС, 2000. – 236 с.
7. Стивенсон Ч. Некоторые прагматические аспекты значения / Ч. Стивенсон // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. 16. Лингвистическая прагматика. – М., 1985. – С. 149–153.
8. Чейф У. Значение и структура языка / У. Чейф. – М. : Прогресс, 1975. – С. 88–94.
9. Bellert I. On the Logico–Semantic Structure of Utterances / I. Bellert. – Wrocław : Ossolineum, 1972. – 283 p.
10. Lyons J. Language and Linguistics. An Introduction / J. Lyons. – Cambridge, 1981. – 147 p.
11. Searle J. Speech Acts : An Essay in the Philosophy of Language / J. Searle. – Cambridge, 1976. – 183 p.
12. Ullmann S. The Principles of Semantics / S. Ullmann. – Glasgow–Oxford, 1959. – 348 p.
13. Ullmann S. Words and Their Use / S. Ullmann. – London, 1951. – 119 p.

**Олексій Борисов
(Чернігів)**

ФАЗОВІСТЬ РОЗГОРТАННЯ ДІАЛОГІЧНОЇ ВЗАЄМОДІЇ У БРИТАНСЬКОМУ ТА УКРАЇНСЬКОМУ ТОК-ШОУ

Стаття присвячена дослідженню особливостей розгортання діалогічної взаємодії мовців у форматі британського та українського ток-шоу. У роботі виділено фази розвитку ток-шоу, встановлено їх функціональне призначення та специфіка вербального оформлення структурних компонентів соціальної комунікації такого типу.

Ключові слова: діалог, ток-шоу, фаза, масовий адресат, вплив

Статья посвящена исследованию особенностей разворачивания диалогического взаимодействия коммуникантов в формате британского и украинского ток-шоу. Выделено фазы развития ток-шоу, определено их функциональное назначение и специфика вербального оформления структурных компонентов социальной коммуникации такого типа.

Ключевые слова: диалог, ток-шоу, фаза, массовый адресат, влияние

The article is devoted to the research of the British and Ukrainian dialogical phases in the talk-show format. Talk-show (or chat-show) is defined as a mass media broadcast dialogical interaction in the planned question-answer mode between the host and the guest devoted to a definite topic; it is watched by the audience in the studio as well as distant mass recipient that under certain conditions may purposefully become its active participants. The existing typology of talk-show is analysed, the informational-analytical (social and political) and entertaining being accepted as two basic types both for British and Ukrainian talk-show spheres. The analysis also proves that the genre of such an artificial type of social communication is based upon natural and universal kinds of dialogical discourse, namely conversation, talk and argument. The material under scrutiny demonstrates the absence of quarrel realization though the examples of communication shifting into the zone of a wrangle in political talk-shows were found. Such isomorphic phases as the beginning of interaction, the main body and the end of ethnic talk-show as universal stages of its development were singled out. The functional purposes of each stage as well as the specificity of verbal and non-verbal outlining of the structural elements of social interaction were established. The beginning of the show is meant for breaking the communicative barriers between the host, the audience and the guest of the studio. The topic unfolds in the main body of the show and the conclusions are made at the end of the programme.

Key words: *dialogue, talk-show, talk-show phase, mass addressee, impact*

Актуальність статті визначається її здійсненням у межах сучасних антропоорієнтованих розвідок, присвячених дослідженню діалогічної комунікації, зокрема у форматі її різноманітних жанрів. **Метою** роботи є встановлення та опис основних частин структури різнотипних ток-шоу. **Завдання** полягають в уточненні та порівнянні дефініції ток-шоу у межах британської та української етнічної картини світу, поділ ток-шоу на загальні типи та різновиди в їх межах, встановлення фаз розгортання та специфіки їх протікання в межах різнотипних ток-шоу. Не зважаючи на цілий ряд існуючих досліджень комунікації у контексті жанру «ток-шоу» [1; 2; 3; 4; 5; 6; 7; 8], **новим** є те, що вперше порівнюються британське та українське різнотипні ток-шоу, зокрема в аспекті їх фазової структури.

Ток-шоу являє собою інформаційно-розважальний жанр масмедійного простору комунікації. При цьому у такому гібридному телепродукті, в якому функціонує обов'язковий компонент *інформеймент* – поєднання розваги та інформування [3] – над інформаційністю та публіцистичністю домінує саме розважальність [1,

с. 4]. Дефініція «ток-шоу», представлена в Оксфордському тлумачному словарі сучасної англійської мови, розкриває інтерактивну природу, побудованого в телевізійному або радіоформатах, цього соціального феномену: *talk-show (British chat show) – a television or radio programme in which people are asked questions and talk in an informal way about their work and opinions on various topics (телевізійна або радіопроеграма, в якій учасникам задаються ряд питань, а вони у неформальному ключі на них відповідають, розповідають про свою роботу та представляють думки на різні теми)* [9]. В українському словнику молодого журналіста ток-шоу визначається як програма, змістом якої інформування глядачів за допомогою діалогу перед телекамерою, а також залучення до обговорення піднятих проблем аудиторії як у студії, так і поза нею (за наявності зворотного зв'язку під час прямоєфірних передач) [5]. Порівняння свідчить про те, що в українському значенні лексеми актуалізується додаткова інформація про близького чи віддаленого пасивного реципієнта, який може змінювати свою позицію на активного учасника (аудиторії як у студії, так і поза нею (за наявності зворотного зв'язку під час прямоєфірних передач)). Ток-шоу визначаємо як трансльоване ЗМІ видовище інформаційного (пізнавально-розважального) чи інформаційно-аналітичного типу, в якому відбувається діалогічна взаємодія у форматі «запитання-відповідь» на задану тему ведучого з учасником (учасниками) програми, запрограмована та структурована на отримання конкретного результату, що відбувається у присутності декількох десятків глядачів у студії, які, разом із віддаленою аудиторією, заплановано можуть перетворюватися на активних комунікантів.

Драматургія ток-шоу як максимально персоніфікована екранна форма розмовної журналістики передбачає наявність сценарію, який реалізується, як зазначалося вище, у питально-відповідній схемі жанру, до якої включені всі учасники програми [4, с. 6]: 1) ведучий-рефері; 2) співрозмовник (-и) (гість / гості – герої, експерти), 3) глядачі в студії (можливі співрозмовники) та 4) глядачі / слухачі перед телеекранами, які є отримувачами повідомлення та його потенційними апологетами [2; 6]. Форма, якість, вид та логіка послідовності запитань визначають інтригу та динаміку розвитку сюжетної лінії програми [8, с. 105].

Щодо типології ток-шоу виділяються *розмовні* видовища (власне ток-шоу), *ігрові* видовища (ігрові шоу) та *постановочні* шоу. В основі кожного з цих видів є своя базова домінанта: у ток-шоу превалюють розмова (бесіда, дискусія), ігрові видовища роблять акцент на ігровий компонент, постановочні шоу демонструють глядачеві «театр в мініатюрі» [8, с. 105]. Інша класифікація ток-шоу включає: *теледебати* (варіант розмовного жанру типу ток-шоу, який використовує відовищність передвиборної конкуренції кандидатів, поєднуючи елементи інтерв'ю, дискусії та репортажу), *телеміст* (ток-шоу, яка розкривається у протиставленні контрастних за ментальністю, географічно віддалених одна від одної, аудиторій), *бесіда* як жанр аналітичної публіцистики (присвячена суспільно-значущій темі, іноді з використанням допоміжних кіно- чи фотодокументів без вираженої конфронтації сторін) [2], *дискусія* – як жанр аналітичної публіцистики (між гостями студії – носіями протилежних поглядів на деяку суспільну проблему з можливим використанням відеоряду) [2; див. також 1; 3; 7].

Для розгляду особливостей ток-шоу в британському та українському медіа-просторі матеріалом дослідження нам будуть слугувати ток-шоу *інформаційного* характеру, до яких відносимо *пізнавально-розважальні* (соціальні) та суто *розважальні* програми (розмовні видовища розважального толку), в яких спостерігаються перевага неофіційного дискурсу чи деякий баланс між категоріями «офіційність-неофіційність», та *інформаційно-аналітичного* характеру (політичні, соціальні) з перевагою офіційного дискурсу. До першого типу відносяться такі ток-шоу, як *Chatty Man*, *Friday Night with Jonathan Ross*, *The Graham Norton Show*, *V Graham Norton*, *Ruby Wax Show*, *The Jonathan Ross Show* та *Анархо-кабаре «Зелена Лампа»*, *Проти ночі*, *Педан-Притула шоу*, *Хто зверху?*. Позбавлені суспільної значущості тем – таблоїдні шоу («треш-ТВ»), наслідуючи стилістику «глянцевого журналізму», знайомлять аудиторію з життєвими історіями «зірок» [1, с. 8]. До інформаційно-аналітичного типу ток-шоу відносяться політичні, соціальні британські *The Nolan Show*, *Breakfast with Frost*, *On Sunday Live with Adam Bolton*, *Question Time* та українські ток-шоу *Свобода слова*, *Шустер Live*, *Сьогодні про головне*, *Справедливість* тощо. Такі ток-шоу мають на меті бути місцем для серйозних дискусій довкола важливих для країни суспільних і політичних проблем між цікавими й одіозними політиками та самими журналістами.

Дослідження виявило, що усі ток-шоу будуються на природних різновидах діалогу, якими є розмова, бесіда, суперечка. У проаналізованому матеріалі не було знайдено сварки, хоча наявними є приклади переходу у зону сперечання та лайки в політичних ток-шоу, в яких гості (політики, журналісти, експерти) беруть участь не з метою досягнення консенсусу у дискусії, а для того, щоб підкріпити свій позитивний стереотип або спростувати стереотип інших учасників шоу.

Конструктивне ведення діалогу ведучим під час ток-шоу залежить від дотримання трьох основних етапів в організації діалогу: а) *докомунікативного*, в якому ним, з акцентом на глядачів згідно мети програми, формулюється проблема; б) *комунікативного* – висунення учасниками програми тез та їхній захист, озвучення запитань опонентам; в) *посткомунікативного* – аналіз проведеної бесіди чи дискусії у вигляді підсумків [4, с. 29]. Проаналізовані британські та українські ток-шоу мають спільну структурно-композиційну будову, яка є схожою з інтерв'ю, але змістовно та, відповідно, у часі, представлена у більш розширеному форматі: 1. *початок діалогічної взаємодії*, 2. *основна частина*, 3. *кінцівка або підведення висновків*. Отже, **початок** ток-шоу передбачає, насамперед, встановлення контакту інтерв'юера із глядачами у екранів телевізорів, комп'ютерів тощо, через пряме привітання з глядацькою аудиторією, а також через аудиторію студійну, представлення себе, проголошення деякої первісної інформації про шоу, гостя студії: англ. **Ruby Wax: Hello, my guests tonight are, me, Ewan McGregor, Eddie Izzard, and please welcome the new star, Ruby Wax!** [19] та укр. **Антін Мухарський: Ще Платон казав «Якщо розумні люди цуратимуться політики, то дуже скоро виявлять, що ними правлять дурні». Дякуємо Зевсу! Не всі розумники бояться забруднитися. І тому відсоток імбіцилів у владі ще не став абсолютним. На відміну від творчого колективу анархокабаре «Зелена лампа»!** [10].

Типовими способами встановлення контакту ведучого із співрозмовником у британських та українських ток-шоу є формули привітання із можливим залученням невербаліки комунікації: англ. **Alan Carr [обіймається з Томом Хіддлстоуном]: Hello, join us please. Sit down, sit down! Please, please! Welcome to Chatty Man!** **Tom Hiddleston: Thank you very much! Thank you!** [16], **Graham Norton [loudly]: She is marvelous! Please, Miriam Margolyes! Hello,**

you look gorgeous! **Miriam Margolyes:** *Thank you!* **Graham Norton:** *Come in and sit down!* [20] та укр. **Савік Шустер:** *Доброго вечора!* *Ми у прямому ефірі на телеканалі Інтер. Наші гості сьогодні міністр юстиції України Елена Лукаш... Елена Лукаш [киває]: Добрий вечер!* [15], **Єгор Чечеринда:** *Доброго вечора. Вітаю усіх. Сьогодні у вечері на каналі ТВі говоримо про головне* [13].

Для активізації зусиль респондента під час створення обопільними зусиллями ток-шоу ведучий подає не тільки об'єктивну інформацію про співрозмовника, але й суб'єктивно навантажені факти: англ. **Graham Norton:** *And finally I'll introduce tonight's heroic guest. Yes, she's Hercules' buddy, the star of Xena: Warrior Princess. Ladies and Gentlemen, please welcome Lucy Lawless is here!* [24] та укр. **Антін Мухарський:** *Отож, наш гість сьогодні – це політик з людським обличчям, культуролог, українізатор та будівничий останньої барикади. Зустрічайте, Олесю Доній у «Зеленій лампі!»». *Оплески не стихають, бо це легендарна людина, яку я знаю, аж страшно подумати, аж з 1990 року!* [10]. Додатковою інформацією про респондента ведучий не тільки стимулює додатковий інтерес до нього з боку глядацької аудиторії, налаштовує їх на програму, але й підвищує настрій гостя, створює йому емоційні умови для щирої та відвертої бесіди. Аналіз ток-шоу у порівнюваних медіакультурах свідчить про те, що найбільший обсяг текстового повідомлення створюється ведучим під час самої першої фази програми, ведучий домінує спочатку, потім під час залучення до інтеракції свого гостя, після чого ініціатива може переходити до гостя, діяльність якого стимулюється та завжди знаходиться під контролем ведучого.*

Вже у самому формулюванні теми програми ведучим закладені широкі можливості впливу, адже постановка проблеми задає напрями її обговорення, активізує інтерес глядача. Тема являє собою деякий вербальний стереотип у формі судження чи риторичного запитання: англ. **Stephen Nolan:** *Are we ever close to bring the crisis to the end? An extraordinary fact of human kindness. Their first TV interview together since he felt the kidney transplant* [23] та укр. **Андрій Куликов:** *Експертів у студії «Свободи слова» запитуємо: чи може місцева влада в Україні сьогодні бути не провальною?* [12]. З іншого боку, ізоморфною рисою в аспекті впливу для етнічних розважальних ток-шоу є те, що представлення гостей, теми, привітання, зазвичай, відбувається із музикальним супро-

водженням, можливими світовими ефектами під оплески аудиторії, що створює з самого початку атмосферу невимушеності, релаксації, жартівливості тощо. Політичні ток-шоу передбачають короточасні світові та музикальні вставки такої тональності, які налаштовують на сприйняття серйозної інформації та на глибоке інтелектуальне осмислення дискусії у студії.

Основна частина ток-шоу – композиційно-організуючий та інформаційний центр програми. В *інформаційно-аналітичному* його типі вона реалізується у вигляді фактів, позицій, ставленні експертів, відомих людей до певної проблеми. Учасники програми мають змогу виступити декілька разів поспіль, вступити у дискусію, в інший період часу перетворюючись на слухачів студії. *Пізнавально-розважальне* ток-шоу концентрується навколо життя та творчості улюбленої глядачами особи, яка на протязі всієї програми, поряд з ведучим, є активним комунікантом. Аналіз основної частини ток-шоу свідчить про те, що ініціатива ведучого на цій стадії виявляється лише під час введення теми, пояснення або коментування факту, запропонованого на розсуд гостя. Моновисловлення ведучого є, зазвичай, вставками у монологічне мовлення запрошеної до студії особи для підтвердження уважності та розуміння відповіді, подальшої її підтримки тощо.

У порівнянні з інтерв'ю та інформаційно-аналітичним ток-шоу, у розважальному типі ток-шоу, ведучий та гість є більш активними комунікантами, та, усвідомлюючи свою «програмно» заплановану рівність, вони невимушено поводять себе як добрі знайомі чи друзі. Саме тому у такій дружній емоційній бесіді вони мають змогу постійно перебивати один одного, активно захоплюючи та віддаючи ініціативу. Мовна поведінка ведучого вибудовується таким чином, щоб на протязі програми максимально стимулювати гостя видати якнайбільше інформації про себе, події, предмети тощо з їх оцінним коментарем. Гість, на відміну від ведучого, не відповідає за те, куди спрямовується бесіда чи дискусія, він погоджується на таке кооперативне тематичне керування, в чому й полягає асиметрія їхньої діалогічної взаємодії.

Ізоморфною ознакою є обов'язковість звертання як ведучого, так й, в меншій мірі, гостя чи гостей до аудиторії в студії, через яку власне транслюється настрій масовому глядачу. Аналіз матеріалу дозволяє виділити прямий та непрямий тип звернення до аудиторії, при цьому аудиторія може ставати активним учасником

комунікації. *Пряме* звернення знімає психологічні бар'єри між гостем та аудиторією студії, створює сприятливу атмосферу розуміння між всіма активними та пасивними комунікантами: англ. **Jonathan Ross**: *That was a lovely and very warm welcome.* **Tom Daley**: *Yes. Thank you, guys!* [22] та укр. **Антін Мухарський**: *Дорогі друзі! Упродовж нашої програми, у фінальній рубриці ми обов'язково поговоримо про той інцидент, який стався під час відкриття виставки «Велике і величне». Поговоримо? Ви ж не будете проти?* [10].

Непрямі звернення до аудиторії є важливим інструментом комунікації з нею, адже завжди є несподіваними, активізують її увагу, а тому створюють враження того, що аудиторія є активним учасником діалогу: англ. **Graham Norton** [активна міміка, зокрема рухи губами: демонстрація огиди від видовиська мухи, яку накрили серветкою] [аудиторія сміється] [21] та укр. **Наталія Заболотна**: *Мене ж не випустять з ефіру, поки ми не поговоримо [голоси підтримки аудиторії]* [10]. Тож, з одного боку, інтерактивні форми впливу знімають комунікативні бар'єри – аудиторія заохочується до, так званого, повноцінного діалогу з гостем, з іншого боку, це зумовлює подвійну адресацію жанру ток-шоу, закріплюючись як його характерна ознака. Ізоморфною рисою для британських та українських ток-шоу є широке застосування *відеофрагментів*, головним героєм якої може бути гість у студії або відео, яке відноситься до тематики ток-шоу.

Кінцівка програми передбачає підбиття підсумків інтеракції як ведучими, так, й, у випадку політичних ток-шоу, його учасниками, вираження журналістом вдячності, побажання, здійснення анонсу виходу наступної програми, використання формул прощання: англ. **Jonathan Ross**: *July, the twenty first.* [гучно] *Ladies and Gentlemen, Jo Rowling!* [показує на письменницю рукою] **J.K. Rowling**: *Thank you!* [17] та укр. **Мустафа Найем**: *Дякую. І я сподіваюсь, що це не останній ефір у такому форматі, не останній ефір, коли ми зможемо говорити вільно... І громадське ТВ дивиться далі, на цьому каналі продовжується ефір... До побачення* [14]. Визнаючи важливу роль аудиторії біля екранів телевізорів чи комп'ютерів, аудиторії та гостей у студії, ведучий обов'язково звертається до них зі словами вираження вдячності: англ. **Adam Bolton**: *Thank you very much indeed. That's all from the special issue of On Sunday night from the Hay Festival. Thanks to all the guests and to the studio audience...* [18] та укр. **Андрій Куликов**: *На*

цьому програма *Свобода слова* добігає кінця. Я дякую учасникам, я дякую глядачам у студії і при телевізорах. Наступна зустріч в ефірі 28 січня о 23.00. На все добре [11].

Елементом інтерактивних форм впливу на аудиторію політичних ток-шоу є й «підсумкова оцінка» студійною аудиторією позицій учасників через здійснення голосування, результати якого демонструється на табло в студії у діаграмах «за» та «проти», «довіри-недовіри» тощо. Такі форми впливу створюють ілюзію повноцінного міжособистісного діалогу, в якому начебто бере участь глядач, але під час цього «діалогу» чужі думки та настанови непомітно стають частиною його внутрішнього світу [див. 3; 7].

Отже, британське та українське ток-шоу мають однакові фази розгортання діалогічної взаємодії (у формі розмови, бесіди чи суперечки різного ступеня емоційної інтенсивності) у студії, які ізоморфно наповнюються вербальними та невербальними елементами комунікативної поведінки мовців із обов'язковим врахуванням останніми віддаленого стороннього реципієнта – масового глядача. Кожна фаза має своє конкретне завдання, яке, окремо та разом з іншими завданнями, підкорене загальній меті ток-шоу – впливу на масового адресата. *Перспективною* роботи є порівняльне дослідження лексичної та синтаксичної складової мовлення учасників британського та українського ток-шоу.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Бабенко В.В. Семіотичний інструментарій у комунікативній стратегії українського телебачення : автореф. дис... канд. філол. наук: 27.00.06 / В.В. Бабенко. – Львів, 2008. – 18 с.
2. Вакурова Н.В. Типология жанров современной экранной продукции [Электронный ресурс] / Н.В. Вакурова, Л.И. Морковкин. – М. : Институт современного искусства, 1997. – Режим доступа : evartist.narod.ru/text3/08.htm.
3. Доманська М. Новаторські та традиційні риси у форматі ток-шоу як комунікаційного жанру [Електронний ресурс] / Марія Доманська. – Режим доступу : <http://inf.oa.edu.ua/dopovid/domanska.pdf>.
4. Сербенська О.А. Основи телетворчості / О.А. Сербенська, В.В. Бабенко. – Львів : ПАІС, 2007. – 112 с.
5. Ток-шоу [Електронний ресурс] / Словник молодого журналіста. – Режим доступу : http://pidruchniki.ws/12631113/zhurnalistika/slovník-zhurnalista_arkush_avtorskiy_tok-shou_kupyura.

6. Шутяк Л. Діалог як іманентна властивість ток-шоу [Електронний ресурс] / Лілія Шутяк. – Режим доступу : <http://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analytika/dialoh-yak-imanentna-vlastyvyst-tok-shou.html>.
7. Юсипович А.В. Типи програм розважального телебачення України [Електронний ресурс] / А.В. Юсипович. – Режим доступу : <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2122>.
8. Яковець А.В. Телевізійна журналістика : теорія і практика / А.В. Яковець. – К. : Вид. дім „Києво-Могилянська академія”, 2007. – 240 с.
9. Talk-show [Electronic Resource] // Oxford Dictionaries. – Режим доступу : <http://www.oxforddictionaries.com/ru/определение/learner/talk-show>.

СПИСОК ІЛЮСТРАТИВНИХ ДЖЕРЕЛ

10. «Зелена лампа» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://tv1.ua/program/2013/07/08/zelena_lampa_vid_7072013.
11. «Свобода слова» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://svoboda.ictv.ua/ua/index/view-media/id/28571/current/0/total/96>.
12. «Свобода слова» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://svoboda.ictv.ua/ua/index/view-media/id/37097>.
13. «Сьогодні про головне» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.youtube.com/watch?v=-YINJ4ADizU>.
14. «Шустер Live» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.youtube.com/watch?v=JNHc7YpfqJs>.
15. «Шустер Live» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.youtube.com/watch?v=TyWqsSCoS1A>.
16. «Chatty Man» [electronic resource]. – Режим доступу : <http://www.youtube.com/watch?v=kgsKG5TIBW0>.
17. «Friday Night with Jonathan Ross» [electronic resource]. – Режим доступу : <http://www.youtube.com/watch?v=EIIfqUeG-X8>.
18. «On Sunday Live» [electronic resource]. – Режим доступу : <http://www.youtube.com/watch?v=6bid4ht0ERU>.
19. «Ruby Wax Show» [electronic resource]. – Режим доступу : <http://www.youtube.com/watch?v=zjPggAX5QM4>.
20. «The Graham Norton Show» [electronic resource]. – Режим доступу : <http://www.youtube.com/watch?v=-O5QIKIfI1No>.
21. «The Graham Norton Show» [electronic resource]. – Режим доступу : <http://www.youtube.com/watch?v=qKM4FdApxQA>.
22. «The Jonathan Ross Show» [electronic resource]. – Режим доступу : <http://www.youtube.com/watch?v=QkHwESW81D4>.
23. «The Nolan Show» [electronic resource]. – Режим доступу : <http://www.youtube.com/watch?v=Fc5L5p6aYyM>.
24. «V Graham Norton» [electronic resource]. – Режим доступу : <http://www.lucylawless.net/interviews/2003/vgrahamnorton/vgrahamnorton>.

КОМУНІКАТИВНА ЛІНГВІСТИКА

Сергій Бабій (Київ)

Комунікативно–прагматичний аспект
багатозначних висловлювань 129

Олексій Борисов (Чернігів)

Фазовість розгортання діалогічної взаємодії
у британському та українському ток–шоу 135

Лілія Герасимів (Івано–Франківськ)

Структурні характеристики моделі
комунікативної ситуації звинувачення / виправдання 145

Ніна Гудзь (Житомир)

Комунікативні стратегії і тактики у сучасному
англомовному екологічному інтернет–дискурсі
(на матеріалі веб–сайтів міжнародних
неурядових природоохоронних організацій) 155

Діана Сабадаш (Плисак) (Івано–Франківськ)

Комунікативні стратегії маніпуляції прагматичним
значенням медичних термінів у художній комунікації 169

ЛІНГВОСЕМІОТИКА ТА КОНЦЕПТУАЛЬНІ СИСТЕМИ

Ольга Вуєк (Чернівці)

Вербалізація екзистенційних феноменів
у збірці Шеймаса Хіні “*Human Chain*” 177

Марина Власенко (Запоріжжя)

Проблема співвідношення понять «Frame» та «Konzept» 185

Олександр Колесник (Київ)

Енігматичні феномени в аспекті
міфологічно орієнтованого семіозису 191

Тетяна Попович (Чернівці)

Функціональна класифікація засобів актуалізації
емоційного концепту СТРАХ у сучасному
американському художньому дискурсі204

Ірина Ходос (Дніпропетровськ)

Коцептосистема ідіодискурсу С. Фіцджеральда
у макро– і мікрівимірах212

Nadia Yesypenko (Chernivtsi)

Language as One of the Cognitive Faculties227

МЕТОДИКА**Tetiana Moskal (Chernivtsi)**

Language Learning Acquisition: Effective Methods235

ОГЛЯДИ ТА РЕЦЕНЗІЇ**д. ф. н., доц. Осовська І. М. (Чернівці)**

Рецензія на монографію Марії Іваницької
"Особистість перекладача
в українсько-німецьких літературних взаєминах"242