

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ СХІДНОЇ І СЛОВ'ЯНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ
Кафедра корейської і японської філології

Курсова робота
з корейської філології
на тему

ЛІНГВОПРАГМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ КОРЕЙСЬКОГО ДИСКУРСУ
(НА МАТЕРІАЛІ ТОК-ШОУ)

Студентки групи Пкор18-20
факультету східної і слов'янської
філології
денної форми здобуття освіти освітньої
програми: Корейська мова і література
та переклад, західноєвропейська мова
спеціальності: 035 Філологія
спеціалізації: 035.066 Східні мови та
літератури (переклад включно),
перша – корейська
Дубнової Катерини Павлівни

Науковий керівник:
викл. Даліда А. В.
Національна шкала: _____
Кількість балів: _____
Шкала ЄКТС: _____

Київ – 2023

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ	3
ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЛІНГВОПРАГМАТИЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ КОРЕЙСЬКОГО ТЕЛЕВІЗІЙНОГО ДИСКУРСУ	7
1.1. Лінгвопрагматика як напрямок сучасних мовознавчих досліджень.....	7
1.2. Специфіка корейського телевізійного дискурсу	10
1.3. Ток-шоу як жанр телевізійного дискурсу корейської мови	13
Висновки до розділу 1.....	15
РОЗДІЛ 2. ЛІНГВОПРАГМАТИЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ СУЧАСНОГО КОРЕЙСЬКОГО ТЕЛЕВІЗІЙНОГО ДИСКУРСУ (НА МАТЕРІАЛІ ТОК-ШОУ).....	17
2.1. Організація та тематика корейських ток-шоу	17
2.2. Мовні особливості сучасних корейських ток-шоу	19
2.3. Прагматичні особливості сучасних корейських ток-шоу	21
Висновки до розділу 2.	25
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	26
АНОТАЦІЯ ІНОЗЕМНОЮ МОВОЮ	28
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	30
ДОДАТКИ	32

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

ЗМІ – засоби масової інформації

англ. – англійська

ін. – інший (інше)

ВСТУП

На сучасному етапі розвитку телебачення жанр "ток-шоу" стає дедалі популярнішим. Розважальні ток-шоу збирають величезну кількість переглядів та виконують, окрім власне розважальної, також і роль впливу на аудиторію. Особливої популярності у всьому світі набули корейські телевізійні проєкти, у тому числі й ток-шоу. Інтерес глядачів з усього світу до корейських ток-шоу обумовлений в цілому популярністю корейської поп-культури. У ток-шоу Південної Кореї часто беруть участь всесвітньовідомі "айдоли", актори корейських "дорам" тощо.

Південна Корея зробила феноменальний ривок і стала прецедентом для світового розвитку національних інформаційних інфраструктур. Значна підтримка національних мереж з боку держави має стратегічні економічні цілі. Одним із найбільш прибуткових, популярних та впливових жанрів корейського телебачення є саме ток-шоу.

Корейські ток-шоу цікаві не лише як феномен сучасної розважальної індустрії, яка надзвичайно розвинена у Південній Кореї, але й як явище мовної культури корейців. Зокрема, інтерес становлять лінгвопрагматичні особливості корейських ток-шоу як зразка сучасного корейського телевізійного дискурсу, з огляду на здатність ток-шоу впливати на аудиторію, транслювати ті чи інші установки, цінності та ін.

Актуальність цього дослідження зумовлена загальною тенденцією сучасної лінгвістики до дослідження лексичного складу мови з огляду на її ідіоетнічну специфіку. На сьогоднішній день у корейському мовознавстві немає ґрунтовних наукових праць, які поверхнево чи детально описують явище телевізійного корейського дискурсу, зокрема його лінгвопрагматичні особливості.

Об'єктом дослідження є корейський телевізійний дискурс (сучасні корейські ток-шоу).

Предмет дослідження – лінгвопрагматичні особливості сучасного корейського телевізійного дискурсу.

Мета дослідження полягає у вивченні лінгвопрагматичних особливостей корейського телевізійного дискурсу (на матеріалі сучасних корейських ток-шоу).

Досягнення поставленої мети дослідження передбачає реалізацію таких **завдань**:

- 1) з'ясувати теоретичні засади лінгвопрагматики як напрямку сучасних мовознавчих досліджень;
- 2) визначити специфіку корейського телевізійного дискурсу;
- 3) дослідити особливості ток-шоу як жанра телевізійного дискурсу корейської мови;
- 4) визначити специфіку організації та тематики корейських ток-шоу;
- 5) розглянути мовні особливості сучасних корейських ток-шоу;
- 6) проаналізувати прагматичні особливості сучасних корейських ток-шоу.

Матеріалом дослідження виступають такі популярні корейські молодіжні ток-шоу "마녀사냥", "레알예능 스프스" та "해피투게더". Всього у роботі проаналізовано 50 фрагментів корейського ток-шоу.

У процесі роботи застосовані такі **методи дослідження**: *метод наукового спостереження та опису* для вивчення теоретичних аспектів дослідження, *метод аналізу та синтезу* для повноцінного вивчення явища ток-шоу, *метод типологізації* для визначення видів ток-шоу, *метод індукції та дедукції* для осмислення характеристик сучасних корейських ток-шоу, *метод контент-аналізу* для вивчення фрагментів корейського телевізійного дискурсу, *лінгво-прагматичний аналіз* для визначення лінгвопрагматичних особливостей сучасних корейських молодіжних ток-шоу.

Наукова новизна дослідження полягає у тому, що у корейському мовознавстві вперше досліджено особливості сучасного телевізійного дискурсу, а також описано та систематизовано дані про лінгвопрагматичні характеристики сучасних корейських ток-шоу.

Практичне значення дослідження полягає у можливості використання результатів дослідження у навчальних курсах, присвячених вивченню сучасного корейського телевізійного контенту, а також у ході викладання корейської мови у закладах вищої освіти, при написанні навчальних та наукових праць, статей тощо.

Структура роботи. Дослідження складається зі вступу, двох розділів: теоретичного та практичного, висновків до розділів, загальних висновків, анотації корейською мовою та списку використаних джерел.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЛІНГВОПРАГМАТИЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ КОРЕЙСЬКОГО ТЕЛЕВІЗІЙНОГО ДИСКУРСУ

1.1. Лінгвопрагматика як напрямок сучасних мовознавчих досліджень

У ХХ ст. мовознавство кардинально змінило вектор своїх досліджень. Ще у першій половині ХХ ст. та протягом довгого часу до цього воно було сфокусоване на дослідженні мовної системи, без її прив'язування до власне мовлення, як функціонування цієї системи на практиці. Однак уже починаючи з другої половини 60-х років увага лінгвістики поступово зосереджується на іншій стороні діалектичної єдності – мовленнєвій діяльності та дискурсі, як її продукті.

Протягом довгого часу знання про мову та мовну систему накопичувалися, однак правила їх використання були відсутніми. Ця внутрішня проблема лінгвістики як науки спонукала розвиток нових функціональних дисциплін, у наукову парадигму нарешті було включено самих виробників мовних одиниць, а також різні параметри мовних ситуацій. Все це сприяло розвитку теорії комунікації та мовленнєвої взаємодії, виникли нові напрямки лінгвістики, такі як теорії мовленнєвих актів та тексту, теорії висловлювання та теорії дискурсу.

Одним із сучасних напрямків вивчення мови є й лінгвопрагматика. Прагматика є одним із трьох компонентів семіотики, яку виділив сам основоположник семіотики Ч. Морріс. Прагматика визначається ним у структурі семіотики наряду з двома іншими гілками – семантикою та синтактикою. За Ч. Моррісом, семантика вивчає відношення знаків до об'єктів; синтактика – міжзнакові відносини; а прагматика вивчає відносини між лінгвістичними висловлюваннями, їх значенням і вживанням у мові (Клочков).

Більшість лінгвістів вважають, що прагматика займає особливе місце у лінгвістиці. Мова існує як система, а прагматика вивчає те, як ця система використовується на практиці. В основі розуміння прагматики лежить визначення, взяте з Сучасного лінгвістичного словника: "Прагматика – область досліджень в семіотиці та мовознавстві, у якій вивчається функціонування мовних знаків у

мовленні (Загнітко, 2020, с. 389). Відповідно, прагматика – це лінгвістична дисципліна, яка вивчає здатність носіїв мови виражати за допомогою окремих слів або різних конструкцій свої власні наміри і розуміти наміри співрозмовника, тобто навіщо, чому і для чого він вимовив те чи інше висловлювання, виходячи з контексту, ситуації, у якій було вимовлено це висловлювання.

Лінгвістична прагматика (прагмалінгвістика) – область мовознавства, що вивчає функціонування мовних знаків у мовленні. Теоретичні основи лінгвістичної прагматики були закладені до 60-х рр. ХХ ст. працями лінгвістів-філософів Оксфордської школи (Рассел 1995, Остін 1962, Грайс 1975, Серль 1969). Мета лінгвістичної прагматики – "вивчення мови в контексті" – соціальному, ситуативному і т. д., тобто дослідження мови як засобу комунікації.

Саме у контексті лінгвопрагматичних пошуків сучасних лінгвістів виникає теорія мовленнєвих актів – напрямок аналітичної філософії, який був створений наприкінці 1940-х рр. оксфордським аналітиком Дж. Остіном (1962). Теорія мовленнєвих актів вчить тому, як діяти за допомогою слів. Одне з положень теорії мовленнєвих актів полягає у тому, що мінімальною одиницею людської комунікації є не речення або висловлювання, а "здійснення певного виду актів, таких, як констатація, питання, наказ, опис, пояснення, вибачення, подяка, привітання і т. Д." (Остін, 1962, с. 54).

Мовленнєвий акт виступає основним поняттям прагматики. Мовленнєвий акт – цілеспрямована комунікативна дія, що здійснюється згідно з правилами мовленнєвої поведінки (Пономаренко, 2019, с. 13). У прагматиці можна розглядати будь-який мовленнєвий акт, наприклад пораду, подяку, загрозу, прохання, вибачення і т. п. Мовленнєвий акт являє собою двосторонній процес, що включає в себе говоріння і одночасно слухове сприйняття і розуміння почутого.

Мовленнєвий акт – мінімальна одиниця мовленнєвої діяльності, яка виділяється і вивчається у теорії мовленнєвих актів – вченні, яке є особливою складовою частиною прагмалінгвістики. У мовленнєвих актах беруть участь мовець та слухач, що виступають як носії певних соціальних ролей, або функцій. Для ефективності мовленнєвого акту необхідна певна соціальна ситуація, а так само

успішність мовленнєвого акту залежить від особистісних факторів. До основних рис мовленнєвого акту належать такі характеристики:

- 2) навмисність (інтенціональність);
- 3) цілеспрямованість;
- 4) конвенціональність.

Будучи достатньо молодою лінгвістичною теорією, теорія мовленнєвих актів активно вивчається з точки зору різноманітних підходів. Передусім, виділяється логіко-філософський підхід, у якому ця теорія власне і розвивалася з самого початку. На сьогодні більшої актуальності набувають такі підходи до її розуміння, як комунікативно-діяльнісний, системно-діяльнісний та ін.

І. С. Семенюк стверджує, що в основі кардинальних змін, що відбуваються сьогодні у лінгвістиці, лежить саме діяльнісна методологія, у рамках якої людська комунікація вивчається як системно організована діяльність (Семенюк, 2012, с. 395). А. Синиця вважає, що акт мовної комунікації розглядається як конкретна мовленнєва дія, що становить собою цілісну сукупність дій та взаємодій (Синиця).

Саме такий підхід до природи мови, антропологічний за своєю суттю, передбачає всебічне вивчення функціонування комунікативних одиниць у мовленні. Системно-діяльнісний підхід до аналізу процесу комунікації наголошує на інтенціональності та цілеспрямованості мовленнєвої поведінки індивіда. Цей підхід багато у чому й визначив характер сучасних досліджень мовленнєвих актів.

Загалом, діяльнісний підхід до вивчення мовленнєвого акту не є чимось кардинально новим, оскільки уже у вихідній теорії Дж. Остіна казано, що будь-яке судження має діяльнісну природу. Людина, що входить в комунікацію, є не просто "людина, що говорить", а швидше "психосоціальний суб'єкт висловлювання". Це поняття було запропоноване французьким соціальним психологом і лінгвістом К. Ажежем, що є прикладом розгляду спілкування у рамках діяльнісної парадигми (Аксьонова, 2012, с. 65).

У рамках діяльнісного підходу, закладеного у радянській та вітчизняній психології ще такими дослідниками, як Л. С. Виготським, П. Я. Гальперіним, О. М. Леонтьєвим, С. Л. Рубінштейном, Г. М. Андрєєвим та ін., спілкування міцно пов'язане з предметним змістом діяльності людини, складаючи її внутрішній момент

і обслуговуючи її завдання. При цьому багато авторів відзначають, що в ряді випадків саме спілкування може розглядатися як "загальний тип специфічно людської діяльності" (Мертон, 1992, с. 120), предметом якої є інша людина і, відповідно, завданням якої є побудова і підтримка відносин з іншими людьми, або, як зазначає Н. В. Марченко, це діяльність щодо вирішення завдань соціального зв'язку. Соціальний зв'язок включає контакт з окремим індивідом і взаємодію з соціумом, безпосереднє практичне співробітництво та обмін ідеальними цінностями і т. П. (Марченко). Очевидно, що у цьому випадку сама предметна діяльність може ставати лише моментом спілкування, обслуговуючи його завдання.

Відзначаючи, що мовна діяльність "як будь-яка діяльність, організована відповідно до мети або завдання", М. П. Кочерган вказує на ряд опосередкованих ланок, що існують на шляху реалізації цього завдання, які специфічні саме для мовленнєвої діяльності. У якості першої з цих ланок він виділяє комунікативну інтенцію (Кочерган, 1980, с. 21). У даний час це поняття активно розробляється фахівцями в області лінгвокультурології та когнітивної лінгвістики. Відомі психологічні дослідження комунікативних інтенцій, організовані групою вчених (Т. Ушакова, Н. Д. Павлова та ін.) на основі методу, який вони назвали інтен-аналізом (Семенюк, 2018, с. 191) та ін. Проведене за допомогою даного методу безпосереднє вивчення інтенцій, актуальних для певних сфер діяльності, дозволяє змістовно визначити початковий мотив комунікації – мовний задум.

Таким чином, у рамках діяльнісного підходу мова розглядається дослідниками як один з видів людської діяльності. Саме ж поняття діяльності трактується як сукупність взаємопов'язаних і спрямованих на досягнення певного результату процесів, одним з яких є комунікація. Мовленнєва комунікація здійснюється за допомогою мови і є частиною процесу комунікації у більш широкому розумінні, оскільки номенклатура її засобів далеко не обмежується мовними одиницями.

1.2. Специфіка корейського телевізійного дискурсу

Лінгвопрагматика займається також дискурсивними дослідженнями. Дискурс як мовна одиниця з'явився у лінгвістиці внаслідок зосередження уваги дослідників

на людському факторі мовлення. Однією з головних ознак дискурсу як лінгвістичного явища є наявність соціального контексту. Н. Д. Арутюнова охарактеризувала цю рису дискурсу, назвавши його "мовою, зануреною у життя". Підтримав цю думку і

В. І. Карасик, підкреслюючи той факт, що дискурс поєднує у собі зв'язний текст, цілу низку екстралінгвістичних параметрів та соціальний контекст, який створює уявлення про учасників комунікації, процеси створення та сприйняття інформації (Науменко, 2012, с. 465).

Відповідно до Сучасного лінгвістичного словника поняття дискурсу трактується як "зв'язний текст у сукупності з екстралінгвістичними – прагматичними, соціокультурними, психологічними та іншими факторами; текст, розглянутий в контексті подій; мовлення, розглянуте як цілеспрямований, соціальний акт, як компонент, що приймає участь у взаємодії людей і механізмах їх свідомості (когнітивних процесах)" (Загнітко, 2020, с. 136).

Вчені виокремлюють велику кількість різновидів дискурсу – це і політичний, і медійний, і навчальний, і художній дискурси. Дискурс охоплює практично всі сфери побутування мови. Не є виключенням й телевізійна сфера як один із напрямків медійного дискурсу або дискурсу ЗМІ.

О. Романюк (2018) вказує, що хоча телебачення є наймолодшим видом мистецтва, воно міцно зайняло особливе місце в житті сучасної людини, витіснивши на другорядний план театр, живопис, цирк, балет, музику та інші звичні раніше для людини заняття. Тому в сучасних умовах науково-технічного прогресу ключовим типом дискурсу є саме телевізійний дискурс, який визначається як тип комунікативної діяльності у сфері засобів масової інформації (далі – ЗМІ), інтерактивне явище, мовленнєвий потік, що має усну (на рівні звукового ряду), писемну (субтитри, текстові вставки), паралінгвальну (на рівні відеоряду) форми вираження.

За визначеннями лінгвістів телевізійний дискурс являє собою не тільки систему мовних і візуальних знаків, а й соціокультурний феномен, тобто телевізійний дискурс як комплексний знак повідомляє інформацію, впливає, і,

відповідно, є специфічним дискурсом, який відображає складну семіотичну структуру взаємозв'язку вербальних і невербальних засобів в єдиному комплексі, зануреному в конкретний соціальний простір (Романюк, 2018, с. 88).

Телевізійний дискурс включає у себе різноманітні жанри, теми, форми контенту – це й новинні передачі, політичні дебати, розважальні телепередачі тощо. Телебачення з мовленнєвої та лінгвопрагматичної точки зору є інтерактивним середовищем, більшість контенту на телебаченні мають форму діалогу або полілогу. Втім, зустрічаються й монологічні тексти, наприклад, теленовини, або полілогічні, наприклад, ток-шоу. Телевізійний дискурс в цілому слід відносити саме до діалогічного типу дискурсу, який має власні специфічні характеристики:

1) обов'язкова наявність двох учасників процесу комунікації – адресанта і адресата;

2) взаємодія телекомунікаторів і телеаудиторії:

а) безпосередня – міжособистісне (наприклад, в студії, на знімальному майданчику, на вулиці тощо);

б) опосередкована: несимультанна (листи в редакцію, опитування, рейтинги тощо, результати яких отримано завдяки супутникового, телефонного, мобільного зв'язку, мережі Інтернет);

в) симультанне – спілкування в інтерактивному режимі (дзвінки і повідомлення надходять безпосередньо в студію під час телетрансляції програми у прямому ефірі) (Супрун, 2021, с. 177).

На особливості телевізійного дискурсу впливають і особливості тієї чи іншої країни – вони тісно пов'язані з медійною культурою держави, законодавчим регулюванням телебачення, уподобаннями глядачів. У Республіці Корея, загалом, розвинена сфера ЗМІ та особливо телебачення. Корейські розважальні, музичні телешоу, телесеріали "дорами" відомі в усьому світі та вважаються унікальним явищем, відмінним від телевізійного контенту інших країн світу. Це пояснюється тим, що в Кореї широко розвинена індустрія розваг, музична та кіно-індустрія, що сприяє продукуванню якісного контенту, розрахованого на уподобання й запити корейського глядача.

Історично склалося, що існує 4 загальнонаціональні мережі – "EBS", "KBS", "MBS", "SBS". Вони діють з урахуванням видавництв чотирьох найбільших газет. Іноді виділяють 5 загальнонаціональних каналів ("KBS1" і "KBS2" визначають як два окремих канали). Вони є найпотужнішими, мають багато кабельних каналів. Але їхнім сильним суперником є "CJE&M", найбільша медіакомпанія Сеула (Television in South Korea, 2021). Вона володіє майже 30–40% усіх кабельних каналів.

Найбільше каналів спостерігається серед розважального сектора (різні шоу). Багато каналів транслюють корейські драми. Після них за рівнем популярності йдуть дитячі канали, які транслюють японське аніме та американську продукцію. Найпопулярнішими жанрами на ТБ є шоу, драми, історичні драми, ігрові шоу, новинні та документальні програми (Television in South Korea, 2021). В цілому ж, Південна Корея свого часу зробила феноменальний ривок у розвитку національної інформаційної інфраструктури, що сприяло активно розвитку телебачення у цій країні, а відтак – і телевізійного дискурсу.

1.3. Ток-шоу як жанр телевізійного дискурсу корейської мови

Одним із найпопулярніших жанрів корейського телебачення є ток-шоу. В основному ток-шоу визначають як один із телевізійних жанрів, оскільки він функціонує виключно в телевізійному форматі та є синтезом вербального, візуального та аудіального видів мистецтв (Супрун, 2021, с. 189).

Термін ток-шоу (англ. talk-show) вказує на поєднання в цьому жанрі розмови зі спектаклем із домінуванням першої складової. Відповідно, ток-шоу має гібридний характер і наголошує, що важливо розмежувати вербальний та візуальний компоненти ток-шоу, в якому поєднуються такі жанри, як інтерв'ю, вікторини, дебати, ситкоми тощо (Відвич, 2018, с. 68).

Основоположником ток-шоу як телевізійного формату став американський журналіст Філ Донахью, який у 1963–1967 рр. працював на регіональній телестанції WHIOTV (Дейтон, Огайо). Під час одного з телешоу Філа Донахью закінчилися питання до його гостя, але він не розгубився і звернувся до глядачів у студії: "У вас є питання до нашого гостя?". Глядачі порушили кілька питань, і імпровізація Філа

Донах'ю врятувала ефір від зупинки. Так і виник цей жанр на телебаченні. Цей метод сподобався телевізійникам, тож його швидко підхопили інші телестудії (Недопитанський, 2009, с. 111).

На сьогоднішній день ток-шоу – це такий вид телепередачі, в якому запрошені учасники (один або кілька) обговорюють тему з ведучим та глядачами. Це жанр телепередачі, телевізійної дискусії, що передбачає обговорення питань спільного інтересу, поглядів. Формат ток-шоу не має чітких меж та займає проміжне місце між інформаційними та розважальними програмами.

Словник іноземних слів надає такі варіанти трактування поняття "ток-шоу":

- 1) телепередача у формі бесіди відомих громадських діячів "за круглим столом", нерідко з можливістю ставити питання ведучому та гостям;
- 2) мовленнєвий жанр естради (головним чином одного актора).

Ток-шоу часто називають нетрадиційною розмовною формою телевізійної програми. Це свого роду телеполілог, у якому поєднуються ознаки дискусії, інтерв'ю та гри. Увага аудиторії у ток-шоу зосереджується навколо певної гострої теми.

Ток-шоу орієнтовані на показ центральними та кабельними каналами телебачення з певними інтервалами (зазвичай раз на добу або кілька разів на тиждень) у певний час. Перегляд ток-шоу дає глядачам розрядку після робочого дня, деяким людям дозволяє заповнити нестачу різноманітності у своєму житті, а комусь вирішити інші особистісні проблеми. Вони розраховані на різну вікову аудиторію. Завдяки ще одній особливості ток-шоу (коли невідомо, що буде далі) вони є дуже гарним засобом залучення та утримання аудиторії телеканалом, люди дивитися канал з улюбленим ток-шоу частіше, а також для прокату відеореклами, яка є більш ефективною в часи показу ток-шоу (Науменко, 2012, с. 465).

Сюжетна лінія ток-шоу досить проста та відома. Глядачеві, який у своєму житті стикається з різними труднощами, дається розуміння того, що його ситуація не унікальна, що він не самотній і є люди, яких хвилюють такі ж питання, і які готові поділитися з ними своїм життєвим досвідом. Ток-шоу дозволяє моделювати ситуації, спільно переживати їх, заручаючись підтримкою віртуального колективу, заповнює нестачу авторитетних суджень та вказівок тощо.

За структурою ток-шоу містить вступну частину (визначення теми обговорення ведучим), виступи запрошених ораторів (політиків, журналістів, медіаекспертів та ін.), обмін думками щодо обговорюваного питання між учасниками, подання реакції аудиторії (в активній чи пасивній формі), завершення обговорення (підсумки ведучого) (Відвич, 2018, с. 67). Під час ток-шоу ведучий активно керує взаємодією: надає слово тому чи іншому учаснику, перериває учасників, корелює їх дії тощо, керує психологічною атмосферою, нагнітаючи чи розряджаючи обстановку, контролюючи емоції аудиторії (18, с. 178). Незважаючи на те, що ведучий має бути нейтральним та об'єктивним, у ток-шоу від нього очікують доволі провокаційних питань (Романюк, 2018, с. 88)

Розглядаючи особливості класифікації ток-шоу слід зазначити, що певними видами ток-шоу є:

- 1) розмовні шоу;
- 2) ігрові шоу;
- 3) постановочні шоу.

Ток-шоу розрізняють також за такими видами: телеміст, теледебати, бесіда, дискусія. За тематикою ток-шоу ділять на політичні, соціальні, культурно-просвітницькі, побутові та розважальні (Науменко, 2012, с. 465). У Додатку А наведено деякі жанрові різновиди ток-шоу відповідно до їх тематики.

Висновки до розділу 1.

Відтак, на сьогодні одним із напрямків дослідження є лінгвопрагматика, яка вивчає функціонування мовних знаків у мовленні. У тому числі лінгвопрагматика вивчає мовленнєві акти, функції мовлення, здатність мови впливати на людину. Одним із напрямків лінгвопрагматики є також дискурсивні дослідження.

Дискурс є "мовленням, зануреним у життя" та об'єднує у собі тексти тієї чи іншої галузі. Розрізняють політичний, медійний, науковий та ін. дискурси. У цьому дослідженні увага зосереджена на телевізійному дискурсі корейської мови. З'ясовано, що у Кореї досить розвинене телебачення, яке є частиною шоу-бізнесу.

Особливо значною популярністю користуються музичні телепередачі, дорами, розважальні програми, у тому числі й різноманітні ток-шоу.

Ток-шоу є типом телепередачі, в якому запрошені учасники (один або кілька) обговорюють тему з ведучим та глядачами. Це жанр телепередачі, телевізійної дискусії, що передбачає обговорення питань спільного інтересу, поглядів. Виокремлюють різні типи ток-шоу – політичні, скандальні, психологічні та ін. На корейському телебаченні ток-шоу є одним із найбільш популярних у глядачів типів телевізійного контенту.

РОЗДІЛ 2. ЛІНГВОПРАГМАТИЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ СУЧАСНОГО КОРЕЙСЬКОГО ТЕЛЕВІЗІЙНОГО ДИСКУРСУ (НА МАТЕРІАЛІ ТОК-ШОУ)

2.1. Організація та тематика корейських ток-шоу

Розважальні ток-шоу займають важливе місце у структурі програмної сітки. Як правило, загальнонаціональні канали працюють з 6 ранку до 2 ночі. Кабельні канали доступні 24 години на добу, сім дні на тиждень. Більшість продукції транслюється не більше години. У суботу та неділю переважно транслюють розважальні шоу, поп-шоу, щотижневі драми, документальні фільми. У будні зазвичай випускають в ефір щоденні драми і програми для дітей.

Найпопулярнішими телепередачами є "Вживання к-поп зірки", "SUPERSTAR-K", "Star king", "We got married", "Голос Кореї". Ці програми схожі з "Американським ідолом". На сьогодні для участі у програмах запрошують зірок, які були б цікавими широкій аудиторії. Така тенденція, зберігаючись протягом останніх десятиліть, призвела до того, що в корейському телевізійному просторі тривалий час домінують і користуються більшою популярністю програми корейського виробництва.

Ток-шоу – комунікативний жанр, який будується на діалозі та полілозі. Структура ток-шоу містить три базові компоненти: "ведучий-рефері" (творча група, яка працює над програмою), учасник або учасники (опоненти) та "внутрішній глядач" (глядачі в студії, які теж можуть брати участь в дискусії) (Недопитанський, 2009). Кожна із зазначених складових відіграє релевантну роль в драматургії розмовних видовищ. Згідно із виокремленими структурними компонентами, київський дослідник А. Яковець пропонує наступну класифікацію ток-шоу: розмовні видовища (власне ток-шоу), ігрові видовища (ігрові шоу) та постановочні шоу (Романюк, 2018). В основі кожного з цих видів є своя базова домінанта: у ток-шоу превалюють розмови (бесіда, дискусія), ігрові видовища роблять акцент на ігровий компонент, а постановочні шоу демонструють глядачеві "театр в мініатюрі".

Корейські ток-шоу містять діалоги, дискусії між ораторами. Вони можуть використовуватися для вивчення корейської мови, адже демонструють загальний

ритм і мелодію корейської мови. На відміну від фільмів, кожен з яких починається з певного сюжету, у корейських ток-шоу сюжет повторюється. Так, наприклад, ток-шоу може бути зосереджено на житті знаменитого гостя. "Сегмент 1" завжди може стосуватися їхнього особистого та сімейного життя. "Сегмент 2" може звернутися до професійних занять, наприклад до проектів, якими займається гість. І, нарешті, "Сегмент 3" може містити питання "правда чи виклик", які розважають глядачів.

Подібність формату ток-шоу допомагає глядачам легко розуміти контекст, їм не потрібно проводити інтелектуальну роботу, щоб зрозуміти сюжет. Завдяки передбачуваності сюжетів ток-шоу, глядач вже знає, чого очікувати, тому може зосередитися на розважальному змісті передачі.

Окрім того, ток-шоу розкривають одну з сучасних сторін корейської поп-культури. Часто у форматі ток-шоу можна побачити інтерв'ю для групи людей (наприклад, групи дівчат), яке буде організовано таким чином, щоб нагадувати "голлівудські площі". Іноді після спілкування учасники шоу беруть участь у розважальних іграх та завданнях.

На відміну від американських шоу, де обов'язки ведучого зазвичай виконує одна особа, корейські ток-шоу часто ведуть три чи більше людей, які вносять свою власну атмосферу у кожен епізод. Протягом життя ток-шоу ведучі приходять і йдуть – хтось із трьох ведучих може вирішити зробити перерву, а хтось інший долучиться до телепередачі. Шоу при цьому не зупиняється, формат продовжується.

Корейські ток-шоу у корейській мові позначаються як **예능프로그램** – "розважальне шоу", також може використовуватися назва **토크쇼** – "розмовне шоу". Розглянемо мовні особливості сучасних корейських ток-шоу на прикладі популярних зразків цього жанру, таких як **"마녀사냥"** (корейське ток-шоу, яке розповідає про тонкощі побачень та стосунків), **"레알예능 스텝스"** (ток-шоу, у якому корейські поп-зірки розповідають свої історії та труднощі, з якими стикнулися на кар'єрному шляху), **"해피투게더"** (ще одне ток-шоу, у якому присутні запрошені К-поп зірки) та ін.

2.2. Мовні особливості сучасних корейських ток-шоу

Корейське ток-шоу "마녀사냥" розраховане на підліткову та юнацьку аудиторію, воно проходить у формі полілогу. Учасники ток-шоу ведуть бесіди про стосунки, розкриваючи різноманітні пов'язані з ними теми, наприклад:

- 당신은 당신이 어떤 남자들보다 훨씬 낫다고 생각하기 때문에 누구와도 사귀지 않을 것입니다, 그렇죠?

- 네.

- 그렇다면 당신의 이상형에 맞는 남자는 누구인가요?

- 글썄, 나는 남자와 더 친밀해지면 남자가 어떻게 생겼는지 별로 신경 쓰지 않는다. 하지만 외모만 보고 사귀어야 한다면 눈 색깔, 치아 모양, 손 모양, 전신 라인 등 모든 것에 신경을 씁니다 (Fluent U, 2023).

- Ты не будеш зустрічатися з кимось, тому що вважаєш, що кращий за всіх чоловіків, чи не так?

- Так.

- Тоді хто є ідеальним хлопцем для тебе?

- Ну, коли я стаю ближче до хлопця, то мені не дуже важливо, як він виглядає. Але якщо я маю зустрітися з ним за його зовнішнім виглядом, я звертаю увагу на все: колір очей, форму зубів, форму рук, лінію тіла і т.д.

Ця програма є відривом від традицій, оскільки такі теми, як інтимні стосунки, кохання, зазвичай не обговорюються відкрито в корейській культурі. Але глядачі, особливо 20–30-річні молоді люди, підтримують це шоу, ведучі якого мають ретельно дотримуватися балансу між цікавістю та невульгарністю.

Ще одним розмовним ток-шоу є "해피투게더", до якого запрошується змішана група корейських акторів і актрис у супроводі постійних відвідувачів шоу або ведучих, які ставитимуть їм багато питань і спонукатимуть виконувати різні дії.

Як і в більшості ток-шоу, це розважальне шоу містить переважно розмовну лексику, а також поширені граматичні та синтаксичні структури, наприклад:

- 지효, 누가 이길 것 같아?

- 치열이가 1등이 될 것 같아요. 저는 노래방에서 노래 부르는 것을 좋아하고 매번 그의 노래를 듣습니다.

- 사실입니다 (Fluent U, 2023).

- Джихо, кого ти думаєш, переможе?

- Мені здається, що Чйоль буде першим. Я люблю співати в караоке та завжди слухаю його пісні.

- Це правда.

Розглянемо наступний приклад діалогу в контексті корейського ток-шоу, у якому використовується розмовна лексика та розмовні конструкції:

- 어디 서커스 나가?

- 넌 어디 야반도주하니?

- 아니... 편한 옷은 없어?

- 옷은 벗어야 편하지

- 좀 평범한 옷 없냐고

- 평범한 건 싫어

- 왜?

- 평범하니까 (Fluent U, 2023).

- Куди йдеш у цирк?

- А ти куди втікаєш?

- Ні... Чи є якийсь зручніший одяг?

- Взагалі-то, з одягом незручно.

- Не можеш знайти якусь звичайну одягу?

- Не хочу ніякої звичайної одяжі.

- Чому?

- Тому що вона звичайна.

Зокрема, тут використовується вислів 야반도주 – нічна втеча (밤 – ніч; 半 – половина; 逃 – тікати; 走 – втеча). Зазвичай цей вираз використовують у контексті втечі від орендної плати.

Загалом, лексика корейських ток-шоу більшою мірою складається з розмовних слів, так само як і більшість граматичних та синтаксичних конструкцій належать до розмовної, повсякденної корейської мови. Також у деяких епізодах корейських ток-шоу, особливо у тих, які спрямовані на молодіжну аудиторію, використовуються сленгові вирази, наприклад:

대박 (daebak) – "дивно" або "приголомшливо";

헐 (heol) – "OMG" або "WTF";

짱 (jjang) – "дивовижно", "кращий" або "крутий";

애교 (aegyo) – "милий";

꿀잼 (kkuljaem) – "веселий" або "цікавий";

노잼 (nojaem) – "не смішно" або "сумно";

극혐 (geukyeom) – "сильна огида" тощо.

Корейські сленгові фрази додають гумору та іноді пікантності у розмову героїв ток-шоу, дозволяють виразити емоції, передати ставлення героїв один до одного або до теми обговорення.

Загалом, як сленгізми, так і інші лексичні засоби, використовувані в текстах корейських ток-шоу, виконують низку функцій – інформують, передають оцінку, характеризують якусь особу, предмет чи явище, слугують для встановлення контакту між комунікантами. Також мовні засоби можуть слугувати для втілення лінгвопрагматичних характеристик ток-шоу як комунікативного жанру.

2.3. Прагматичні особливості сучасних корейських ток-шоу

Корейські ток-шоу містять не лише мовні, але й лінгвопрагматичні особливості. Ток-шоу полягає у розкритті психологічних особливостей його учасників. Задача ведучого корейських ток-шоу – розкрити сутність своїх гостей.

Для цього використовуються різноманітні лінгвопрагматичні засоби, покликані вплинути на учасників комунікації.

Прагматичний вплив співрозмовників одне на одного та на глядачів ток-шоу здійснюється за рахунок використання сленгової лексики, емотивів тощо. Наприклад, у розважальних молодіжних ток-шоу учасники часто діляться своїми емоціями, виражають своє ставлення до того чи іншого явища, яке обговорюється. Для цього у їх мовленні часто використовується емотивна лексика, наприклад:

화난 (hwanan) – сердитий;

지루한 (jiruhan) – нудьгуючий;

미친 (michin) – божевільний;

차분한 (chabunhan) – спокійний;

놀란 (nollan) – здивований;

심망한 (silmanhan) – розчарований;

역겨우하는 (yeokgyewohaneun) – той, що відчуває відразу;

흥분한 (heunbunhan) – у захопленні;

거북은 (georumeogeun) – наляканий;

긴장한 (ginjanhan) – той, що нервує;

피로가 풀린 (piroga pullin) – відпочивший;

슬픈 (seulpeun) – сумний;

사랑에 빠진 (sarange ppajin) – закоханий;

행복한 (haengbokhan) – щасливий;

피곤한 (pigonhan) – втомлений.

Окрім емотивної лексики, використовуються також сленгові сталі вирази, за допомогою яких учасники ток-шоу описують свій стан або реагують на тему обговорення, наприклад:

쓸쓸 (sseulsseul) – самотній;

인스 피 리언 스족 (Inseupirieonseujok) – натхненники;

멘붕 (menbung) – психічний розлад;

훗김 비용 (hwatgimbilyong) – імпульсивний шопінг та ін.

Використовуються також наступні мовні звороти, які належать до сленгового молодіжного мовлення та слугують у текстах корейських ток-шоу для вираження прагматичного впливу:

오졌다 (ojyeotda) – "Він горить";

실화야 (silhwaya) – "По-справжньому?" або "Правдива історія";

안물 안궁 (anmul-angung) – "Не запитував, не турбувався";

포스 있다 (Poseu itda) – "мати силу";

어떻게 (eotteoke) – "як?";

세상에 (sesangae) – "Що у світі?!" або "Боже мій!";

눈팅 (nunting) – "приховуючись" або, щоб прочитати текст, або переслідувати у соціальних мережах без відповіді та коментарів;

짐 (jim) – "зараз" (скорочення від 지금 jigeum);

불금 (bulgeum) – "TGIF" або буквально "гаряча п'ятниця" або "золота п'ятниця";

맛점 (matjeom) – "смачний обід".

Декілька нових сленгових термінів стали більш популярними останнім часом через поширеність таких характеристик, як замкнутість та самотність. Перший – 쓸쓸비용 (sseulsseul biyong), що означає "витрати на самотність" або заняття однією справою. Схожими є й наступні вирази:

혼족 – людина, яка любить робити щось наодинці;

혼밥 – один;

혼코노 або 혼놀 – співати караоке наодинці;

혼영 – дивитися фільм наодинці (зазвичай у театрі);

혼술 – пити на самоті.

Окрім сленгової лексики використовується також низка неологізмів, які називають сучасні явища, які виникли під впливом останніх змін у світі. Наприклад, пандемія коронавірусу викликала у багатьох людей багато психічних зривів, тому цей сленг став справді популярним і використовується, у тому числі, й у ток-шоу. Це суміш 멘탈 "психічне здоров'я" і 붕괴, що означає "колапс".

Також використовується схожа фраза 이상망 (eesaengmang), що означає "Я покінчив із цим життям". Зокрема, корейці використовують безліч інтенсивних фраз та сленг у драматичних способах, застосовуючи перебільшення. Відтак, фраза 이상망 означає, що мовець зробив щось дуже бентежне, допустився якоїсь ганебної помилки.

Багато подібних фраз стали популярними після драми про психічне здоров'я "사이코 하지만 괜찮아" (saiko jiman gwaenchanha) що буквально означає "Психологія".

Використовуються й вирази, пов'язані з шопінгом. Наприклад, фраза 핫김 비용 (hwatgimbijong) означає, що останнім часом хтось пережив великий сплеск. Вислів 핫김 (hwatgim) означає "купувати, ставати гарячим", як у виразах "сердитий" або "згарячу". Слово 비용 (bijong) означає "ціна" або "збитки".

Є ще кілька інших термінів, пов'язаних із темою шопінгу. Наприклад, 나심비, що означає "вартість мого психічного здоров'я", або, іншими словами, так називають покупку, яка використовується, щоб підняти собі настрій. Ще одним виразом є 멩청 비용 (meongcheong bijong), що означає "дурна ціна", у значенні, що хтось припустився помилки, яка коштувала грошей.

Окрім того, використовуються вирази, які притаманні молодіжному мовленню, й також здійснюють прагматичний вплив на комунікантів та аудиторію, наприклад:

오빠 (oppang) – ніжний вираз на адресу старшого хлопця, який подобається (буквально означає "брат");

행쇼 (haengsyo) – "Будь щасливий";

약속 애요 (yaksokaeyo) – "Обіцяю";

내가 귀엽지 (naega gwiyeobji) – "Хіба я не милий?";

사랑 해요 (saranghaeyo) – "Я люблю тебе";

보고 싶어 (bogo sipeo) – "Я сумую за тобою" та ін.

Вживаються також й інші сленгові молодіжні вирази, які надають мовленню учасників ток-шоу експресивності, допомагають їм висловити свої емоції, оцінку того чи іншого предмету або явища і т. д., наприклад:

사차원 – "4D", "безглуздий" або "ексцентричний" (у хорошому сенсі);

치맥 (chimaek) – "курча і пиво" у значенні "ідеальне поєднання";

뽕 치지 마 (preongchijima) – "Не бреши!";

존맛 (jonmat) – "дуже смачно";

만렙 (manleb) – "рівень 10 000";

쫄렙 (jjolep) – "рівень новачка" (протилежне до 만렙);

간지 (ganji) – "Swag";

존맛탱 (jonmattaeng) – "дуже смачний".

Відтак, на лінгвопрагматичному рівні корейські ток-шоу характеризуються високим рівнем експресивності. Основними лексичними засобами є сленгізми, неологізми, молодіжні сталі вирази, емотивна лексика, яка виражає ставлення мовця до когось або до чогось, виражає його емоції. Ток-шоу часто піднімають актуальні, популярні в корейському суспільстві теми, формують суспільну думку, а тому їх мовне оформлення та зміст мають вагоме значення.

Висновки до роділу 2.

У другому розділі дослідження вивчено мовні особливості корейських ток-шоу на матеріалі таких сучасних розважальних шоу, як "마녀사냥", "레알예능 스프스" та «해피투게더». Визначено, що для корейських ток-шоу характерний розмовний стиль, використовується розмовна лексика, а також розмовні граматичні та синтаксичні конструкції.

Корейські ток-шоу часто демонструють життя молоді, піднімають актуальні та популярні серед корейського суспільства питання. Це обумовлює й відповідне лексичне наповнення таких телевізійних передач – у них часто використовується сленг, неологізми, молодіжні сталі висловлювання. Такі мовні засоби покликані не тільки інформувати, але також і впливати на аудиторію, формувати суспільну думку, певне ставлення аудиторії до того чи іншого питання.

У мовленні учасників ток-шоу та ведучих також використовується емотивна, експресивна лексика, сталі вислови та фразеологізми. За допомогою таких мовних засобів комуніканти можуть як виражати власний емоційний стан, оцінку того чи іншого явища, предмета або людини, так і забезпечувати вплив на аудиторію.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

У ході дослідження вивчені теоретичні та практичні особливості корейського телевізійного дискурсу на матеріалі популярних молодіжних ток-шоу.

Теоретичний аналіз основ дослідження дозволив з'ясувати, що одним із напрямків сучасного лінгвістичного дослідження є лінгвопрагматика, яка вивчає функціонування мовних знаків у мовленні. У тому числі лінгвопрагматика вивчає мовленнєві акти, функції мовлення, здатність мови впливати на людину. Одним із напрямків лінгвопрагматики є також дискурсивні дослідження.

З'ясовано, що дискурс є "мовленням, зануреним у життя" та об'єднує у собі тексти тієї чи іншої галузі. Розрізняють політичний, медійний, науковий та ін. дискурси. У цьому дослідженні увага зосереджена на телевізійному дискурсі корейської мови. Визначено, що у Кореї досить розвинене телебачення, яке є частиною шоу-бізнесу. Особливо значною популярністю користуються музичні телепередачі, дорами, розважальні програми, у тому числі й різноманітні ток-шоу.

Вивчення сутності ток-шоу показало, що цей телевізійний жанр є типом телепередачі, в якому запрошені учасники (один або кілька) обговорюють тему з ведучим та глядачами. Це жанр телепередачі, телевізійної дискусії, що передбачає обговорення питань спільного інтересу, поглядів. Виокремлюють різні типи ток-шоу – політичні, скандальні, психологічні та ін. На корейському телебаченні ток-шоу є одним із найбільш популярних у глядачів типів телевізійного контенту.

У другому розділі дослідження вивчено мовні особливості корейських ток-шоу на матеріалі таких сучасних розважальних шоу, як "마녀사냥", "레알예능 스프스" та "해피투게더". Визначено, що для корейських ток-шоу характерний розмовний стиль, використовується розмовна лексика, а також розмовні граматичні та синтаксичні конструкції. З'ясовано, що корейські ток-шоу часто демонструють життя молоді, піднімають актуальні та популярні серед корейського суспільства питання. Це обумовлює й відповідне лексичне наповнення таких телевізійних передач – у них часто використовується сленг, неологізми, молодіжні сталі висловлювання. Такі мовні засоби покликані не тільки інформувати, але також і впливати на аудиторію, формувати суспільну думку, певне ставлення аудиторії до того чи іншого питання. У

мовленні учасників ток-шоу та ведучих також використовується емотивна, експресивна лексика, сталі вислови та фразеологізми. За допомогою таких мовних засобів комуніканти можуть як виражати власний емоційний стан, оцінку того чи іншого явища, предмета або людини, так і забезпечувати вплив на аудиторію.

Перспективами подальших досліджень може стати вивчення особливостей перекладу українською мовою сленгової, емотивної лексики, неологізмів корейських ток-шоу.

АНОТАЦІЯ ІНОЗЕМНОЮ МОВОЮ

본 연구는 한국 텔레비전 담론의 언어학적 특징(현대 한국 토크쇼를 소재로)에 대한 연구에 전념한다. 현대 언어 연구의 방향으로서 언어 화용론의 이론적 토대를 밝히고 한국 텔레비전 담론의 특수성을 규명하였다. 이 글은 한국어 텔레비전 담론의 한 장르로서 토크쇼의 특성을 살펴보고, 한국 토크쇼의 구성 및 주제의 세부 사항을 정의합니다.

현대 한국 토크쇼의 언어적 특성에 대한 연구는 한국의 인기 있는 청소년 토크쇼인 «마녀사냥», «레알예능 스프스», «해피투게더» 를 중심으로 진행되었다. 한국 토크쇼의 특징은 대화체, 구어체 어휘, 속어, 신조어, 청소년 표현 등을 사용하는 것으로 파악됐다. 이러한 언어 수단은 정보를 제공할 뿐만 아니라 청중에게 영향을 미치고 여론을 형성하며 특정 문제에 대한 청중의 특정 태도를 형성하도록 설계되었습니다.

한국은 현지 정보 인프라 개발에서 세계적인 전환점을 이루었습니다. 국가적인 네트워크 지원은 전략적인 경제 목표를 가지고 있습니다. 토크쇼는 가장 수익성이 높고 인기 있는 대한민국 방송 장르 중 하나입니다.

한국의 토크쇼는 오늘날 한국에서 굉장히 발전한 엔터테인먼트 산업의 현상으로만이 아니라, 한국어 문화 현상으로서도 흥미롭습니다. 특히, 한국어 토크쇼의 언어-사용론적인 특징들은 현대 한국 TV 담화의 예시로서 중요합니다. 이는 토크쇼가 청중에게 영향을 미치고, 특정 태도, 가치관 및 기타 믿음을 전달할 수 있는 능력 때문입니다.

이 연구의 중요성은 언어의 고유 특성에 따른 어휘 구성에 대한 현대 언어학 연구의 일반적인 추세에 기인합니다. 현재 한국 언어학에서는 텔레비전 한국어 디스커스의 현상, 특히 그 언어 실험적 특징을 표면적으로나 자세하게 묘사하는 깊이 있는 과학적인 논문이 없습니다.

연구 대상은 한국 텔레비전 디스커스(현대 한국 토크쇼)입니다.

연구 목적은 한국 텔레비전 디스커스의 언어 실험적 특징을 연구하는 것입니다(현대 한국 토크쇼를 대상으로).

연구 목적을 달성하기 위해 다음과 같은 작업이 수행됩니다:

- 현대 언어학 연구의 방향으로서 언어 실험학의 이론적 기반을 파악합니다.
- 한국 텔레비전 디스커스의 특성을 결정합니다.
- 한국어 텔레비전 디스커스 장르인 토크쇼의 특징을 조사합니다.
- 한국 토크쇼의 구성 및 주제의 특성을 결정합니다.
- 현대 한국 토크쇼의 언어적 특징을 검토합니다.
- 현대 한국 토크쇼의 실험적 특징을 분석합니다.

-

연구과정에서는 이러한 연구 방법들이 사용되었습니다: 이론적 측면을 연구하기 위한 과학적 관찰 및 기술 방법, 현상을 완전하게 이해하기 위한 분석 및 종합 방법, 토크쇼 종류를 결정하기 위한 유형학적 방법, 현대 한국의 토크쇼 특징을 이해하기 위한 귀납 및 연역적 방법, 한국 텔레비전 말뭉치의 조각들을 분석하기 위한 콘텐츠 분석 방법, 현대 한국 청소년 토크쇼의 언어-용법적 특징을 파악하기 위한 언어-용법 분석 방법입니다.

이 연구의 핵심은 한국어학에서 처음으로 현대 텔레비전 대화의 특징을 연구하고, 또한 현대 한국 토크쇼의 언어-용법적 특징에 대한 데이터를 기술하고 체계화한 것입니다.

이 연구의 실용적인 가치는 현대 한국 텔레비전 콘텐츠를 공부하는 교육 과정 및 대학교에서 한국어 교육을 진행하는 과정에서 결과를 활용할 수 있으며, 교육 및 학술 논문, 기사 등을 작성하는 과정에서도 활용 가능합니다.

연구 구조는 서론, 이론적 및 실용적 두 부분으로 구성되며, 각 부분에 대한 결론, 종합 결론, 한국어 요약 및 참고 문헌 목록이 포함됩니다.

조사된 결과, 한국의 토크쇼들은 종종 젊은이들의 삶을 보여주며, 한국 사회에서 현재와 인기있는 문제를 다룹니다. 이에 따라, 해당 TV 프로그램들은 적절한 어휘를 사용합니다. 이들은 슬랭, 신조어, 청소년의 고정어구 등이 많이 사용되어 사회적인 이슈를 보도할 뿐만 아니라, 관객들의 의견을 형성하고 특정 문제에 대한 태도를 형성하는데 있어서도 영향을 미칩니다. 또한, 토크쇼 출연자와 진행자들의 언어에는 감성적이고 표현적인 어휘, 고정어구, 속어 등이 사용됩니다. 이러한 언어 수단을 통해 의사소통하는 사람들은 자신의 감정 상태, 특정 현상, 물건, 인물에 대한 평가를 표현하는 것뿐만 아니라, 관객들에게 영향을 주는데 활용됩니다.

향후 연구의 전망으로는 한국의 토크쇼에서 사용되는 슬랭, 감성적 어휘, 신조어의 우크라이나어 번역에 대한 특징을 연구할 수 있습니다.

주제어: 텔레비전 담론, 토크쇼, 언어 화용론, 한국어.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аксьонова В. І. (2012). *Формування комунікативної особистості в умовах глобалізації суспільства*. Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: зб. наук. пр. Запоріжжя: Вид-во ЗДІА. Вип. 49. С. 63-77.
2. Вівдич М. (2018). *Особливості тематики та структури соціальних ток-шоу на українському телебаченні (на прикладі телеканалів «Інтер», «СТБ» та «Україна»)*. Наукові записки Інституту журналістики. Т. 72/73 (3/4). С. 67-76.
3. Дедушно А. В. (2016). *Лінгвопрагматичні параметри перформативних актів заборони і дозволу*. Лінгвістичні дослідження. Вип. 43. С. 23-27.
4. Загнітко А. (2020). *Сучасний лінгвістичний словник*. Вінниця: ТВОРИ, 920 с.
5. Кочерган М. П. (1980). *Слово і контекст*. Львів: Вища школа, 183 с.
6. Клочков І. В. *Чарльз Моріс та основні питання семантики*. URL: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/12215/1/Morris.pdf>
7. Марченко Н. В. *Психолінгвістичні особливості навчання дорослих іноземної мови*. Філологічні науки, № 9. Етно-, соціо- та психолінгвістика. URL: <http://surl.li/fmnbi>.
8. Мертон Р. К. (1992). *Соціальна теорія і соціальна структура*. Соціологічні дослідження. № 2. С. 118-124.
9. Науменко Л. П. (2012). *Критерії виділення ключових концептів сучасного англомовного бізнес-дискурсу*. Мовні і концептуальні картини світу. Вип. 42. Київ: ВПЦ «Київський університет». С. 465.
10. Недопитанський М. І. (2009). *Тележурналістика: досвід, проблеми, стратегії: практичний посібник*. Київ: ДП «Газетно-журнальне видавництво Міністерства культури і туризму України», 144 с.
11. Недопитанський М. І. (2005). *Технології жанру телевізійного ток-шоу*. Вісник КНУКіМ. Мистецтвознавство. Вип. 12. С. 111-113.
12. Пономаренко О. О. (2019). *Мовленнєві акти погрози в сучасному англомовному діалогічному дискурсі: когнітивно-прагматичний аспект: дис. ... канд. філолог. наук за спеціальністю 10.02.04 «Германські мови»*. Харків. 25 с.

13. Рассел Б. (1995). *Історія західної філософії* / Пер. з англ. Ю. Лісняка, П. Таращука. Київ: Основи, 759 с.
14. Романюк О. С. (2018). *Телевізійний дискурс як інтерактивний спосіб мовленнєвої взаємодії*. Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Філологія. Вип. 1. С. 86-89.
15. Семенюк І. С. (2012). *Гендерна маркованність етикетного компліментарного спілкування в англомовному та україномовному дискурсі*. Наукові записки. Серія: Філологічні науки (мовознавство). №105 (2). С. 395-397.
16. Семенюк І. С. (2008). *Типологія комунікативних ситуацій*. Наук. записки Житом. держ. університету імені Івана Франка: зб. наук. праць. Серія: філологія. (10). С. 190-194.
17. Синиця А. *Логіко-філософський аспект теорії «мовленнєвих актів»*. URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/155/1/03.pdf>
18. Супрун В. М. (2021). *Сучасні соціальні ток-шоу в телевізійному просторі України*. Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. Том 32 (71) №1. Ч. 3. С. 175-180.
19. Austin J. L. (1962). *How to do things with words*. Oxford: Oxford University Press. 174 p.
20. Grice P. (1975). *Logic and conversation. Syntax and semantics*. N.Y.: Academic Press. P. 41-58.
21. Fluent U. *Chitchat and Chatter: 6 Korean Talk Shows to Help You Speak the Language*. URL: <https://www.fluentu.com/blog/korean/korean-talk-show/>
22. Searle J. R. (1969). *Speech Acts. An essay in the Philosophy of Language*. Cambridge: Cambridge University Press.
23. *Television in South Korea*. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Television_in_South_Korea#National_networks.

ДОДАТКИ

Додаток А

Жанрові різновиди ток-шоу за тематичним критерієм

Жанр ток-шоу	Тематика	Ефір	Ведучий	Аудиторія
Суспільно-значущі ток-шоу	Політика, економіка, соціальне життя тощо – найбільш актуальні сторони життя суспільства.	Як правило, виходять увечері, проте є приклади денних ток-шоу цього жанру.	Обов'язково популярна та широко відома особистість, авторитетна та ерудована людина.	Велике охоплення глядацької аудиторії, усі верстви суспільства.
Психологічні ток-шоу	Особиста та соціальна сфери життя, так звані "жіночі" теми: сім'я, дім, кар'єра, краса і т.д.	Денний час виходу в ефір.	Ведучий має бути добре знайомий і улюблений для аудиторії.	Цільова аудиторія обмежена, найчастіше глядачі таких ток-шоу – жінки.
Спеціалізовані ток-шоу	Мають постійну тему – здоров'я, кулінарія, діти тощо.	Ранковий або денний час виходу в ефір.	Ведучим часто є експерт у тій чи іншій спеціалізованій сфері – відомий лікар, шеф-кухар та ін.	Цільова аудиторія – ще обмеженіша, ніж аудиторія психологічних ток-шоу.
Змішані, подієві ток-шоу	Будь-яка тематика, часто – якісь відомі, гучні події.	Ранковий, денний чи вечірній час виходу в ефір.	Професійний ведучий, як правило, – популярний і відомий.	Широка аудиторія, усі верстви суспільства.

Скандальні ток-шоу	Гострі життєві ситуації – зради, скандали тощо.	Час виходу в ефір – вечір.	Професійний ведучий, як правило, – популярний і відомий.	Широка аудиторія, усі верстви суспільства.
--------------------	---	----------------------------	--	--