

СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ ПОСТПОЗИТИВНОГО СОГЛАСИЯ В ТОК-ШОУ ГЕРМАНИИ

Ток-шоу (от англ. *talk* – ‘разговор’, ‘беседа’; *show* – ‘зрелище’, ‘представление’) – один из наиболее распространенных жанров современной аналитической журналистики. В поле телевизионных СМИ представляет собой публичный экспертный полимодальный обмен мнениями по наиболее актуальным темам и вопросам.

Мнение в контексте телевизионных СМИ представляет собой точку зрения одного из участников дискуссионного ток-шоу, которая содержит в себе оценку некоторого события, обстоятельства или положения дел и преподносится им не как истина, а как частный взгляд.

Оценка – осознанная интерпретация говорящим информации, полученной в процессе экспертного обмена мнениями.

Согласие/несогласие – коммуникативные смыслы, которые возникают на основе совпадения/несовпадения точек зрения участников теледискуссии, принятие/непринятие ими позиций и оценок друг друга.

Для ток-шоу характерны два основных вида актуализации данных коммуникативных смыслов: *имплицитный, эксплицитный*.

Имплицитное выражение согласия/несогласия характеризуется использованием в качестве первоочередного речевого стимула непосредственно темы передачи. Реплика-реакция в этой ситуации никак не относит собеседников к чьим-либо суждениям по этому поводу и является лишь одним из частных вариантов подхода к обозначенной проблематике.

Эксплицитный способ возникает при наличии дополнительных речевых стимулов, т.е. мнений участников дискуссии. Реагирующая реплика в таком случае включает в себя 2 типа оценок: оценку мнения одного из собеседников и собственную оценку обстоятельств.

Наличие/отсутствие этих элементов позволяет говорить о существовании 2 основных видов выражения указанных коммуникативных смыслов: *распространенного* и *нераспространенного*.

Нераспространенное выражение включает в себя лишь оценку точки зрения кого-либо из участников обмена мнениями.

Распространенный способ возникает при одновременном наличии в реагирующей реплике оценок двух видов. В зависимости от их взаимного расположения можно говорить о существовании 5 структурных типов:

- препозитивного (оценка слов собеседника предшествует собственной оценке ситуации);
- постпозитивного (оценка слов собеседника находится за собственной оценкой ситуации);
- интерпозитивного (оценка слов собеседника врезается в собственную оценку ситуации);

- опоясывающего (оценка слов собеседника возникает в двух других крайних позициях одновременно);
- смешанного (оценка слов собеседника находится в интерпозиции и в одной из крайних позиций).

К основным средствам выражения *постпозитивного согласия* относятся:

- утвердительная частица *ja* ‘да’;
- наречие *natürlich* ‘конечно, естественно, разумеется’;
- наречие *genau* ‘точно’;
- наречие *richtig* ‘правильно, верно’ в сочетаниях с глаголами *sein* ‘быть, являться’ и *halten* ‘держаться, полагать, считать’;
- конструкции с глаголом *zustimmen* ‘соглашаться’;
- выражение *recht haben* ‘быть правым’;
- указание на отсутствие несогласия через совместное использование частицы *nicht* ‘не’, выражения *der Meinung sein* ‘быть, придерживаться мнения’ и прилагательного *verschieden* ‘различный, разный, другой’;
- положительная оценка слов через совместное использование отрицания *kein* ‘не’ и существительного *Frage* ‘вопрос’;
- и др.

Исследование и системный анализ коммуникативных смыслов согласия/несогласия, их типов и средств выражения окажет положительное влияние на понимание механизмов зарождения, функционирования и развития диалога в экспертном публичном обмене мнениями.

В. Н. Поклад

ПРИНЦИПЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ЮМОРИСТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

Юмор – универсальный феномен, изучением которого занимаются представители различных научных отраслей: от философов, психологов и социологов до антропологов, биологов и лингвистов. В гуманитарных науках достаточно хорошо себя зарекомендовал сопоставительный подход к исследованию юмора, позволяющий всесторонне анализировать материал и выдвигать рабочие гипотезы. Исследование юмора в сопоставительном аспекте включает в себя анализ юмористического дискурса и в частности анекдотов, находящихся в обращении среди членов различных национальных, этнических, религиозных, социальных, профессиональных и других сообществ, их систематическое сравнение и выявление общих и частных характеристик. Выбор преимущественно анекдотов в качестве материала для исследования связан с тем, что они многочисленны, довольно компактны по объему, в большинстве своем не имеют авторов и показательны в плане отражения предпочтений обычных людей; исключением являются так называемые интеллектуальные анекдоты, требующие наличия определенных фоновых знаний для их понимания (Davies, 2008). Остановимся на нескольких ключевых для изучения юмора положениях в сопоставительном аспекте.