

МОРОЗОВА Ирина Борисовна,

доктор филологических наук, профессор кафедры грамматики английского языка Одесского национального университета имени И. И. Мечникова; Французский бульвар, 24/26; Одесса, 65058, Украина; тел.: +38(050)6572043; e-mail: morpo@ukr.net; ORCID ID: 0000-0002-1905-7563

ЦАПЕНКО Татьяна-Елизавета Васильевна,

аспирант кафедры грамматики английского языка Одесского Национального университета им. И. И. Мечникова; Французский бульвар, 24/26, г. Одесса, 65058, Украина; тел.: +38(066)5509024; e-mail: tsatania22@gmail.com; ORCID ID: 0000-0002-9759-2297

ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПОПУЛЯРНОСТИ АМЕРИКАНСКОГО ТОК-ШОУ С УЧАСТИЕМ ДЕТЕЙ

Аннотация. *Целью* статьи является рассмотрение вербального аспекта межличностной коммуникации типа ребёнок-взрослый, реализованной в рамках американского комедийного ток-шоу. *Объектом* исследования является речь американских детей, являющихся участниками юмористического ток-шоу. Участие детей в телепрограммах позволяет исследовать их спонтанную устную речь и определить психолингвистические основы речевого поведения ребёнка в коммуникации со взрослым. *Предмет* исследования составляют психолингвистические основы популярности развлекательных шоу с участием коммуникантов-детей. *Результаты* исследования дают ответы на вопрос о популярности интервью как медийного жанра, а также о непосредственной востребованности в участии детей на телевидении. **Выводы.** В процессе исследования установлены социально-исторические предпосылки становления и востребованности развлекательных жанров на телевидении. Даны ответы на вопрос о жанровых особенностях ток-шоу. Привлекательность и очарование детей, вызывающие к чувственному компоненту восприятия, эмпатии у телезрителя играет важную роль в массовости появления ток-шоу с детьми. Отмечаются особенности детской речи, отражающие детскую картину мира, детскую логику, процесс мышления. *Практическое применение* исследования может заключаться в процессе работы с детьми, а именно в улучшении навыков речи родного языка, так как даёт понимание того, как мыслят дети, каково их восприятие и мировоззрение.

Ключевые слова: жанр интервью, ток-шоу, детская речь, межличностная коммуникация, медийный жанр, коммуникативное поведение.

Постановка проблемы. Представленная работа посвящена лингвальным особенностям англоязычной детской речи в аспекте её восприятия взрослыми носителями языка. Выбор темы исследования мотивирован неослабевающим интересом исследователей к вербальной организации спонтанной речевой коммуникации во всех её проявлениях, и особенно в аспекте межличностных отношений участников этого процесса.

Межличностная коммуникация, находящаяся в основе межличностных отношений, имеет множество форм, одной из которых является неформальное общение двух собеседников. Такая форма диалогизирования предполагает выработку коммуникативных стратегий, тактик общения, поэтапную смену ролей, выделение лидера коммуникативного общения и его последователя. Очевидно, что на эффективность коммуникации оказывают влияние такие факторы, как статус, возраст, социальное положение, пол коммуниканта. Данные факторы определяют как ход беседы, так и реализацию психологических установок собеседника, а также дают возможность ментально влиять на партнера по общению. Указанной формой межличностной коммуникации, по нашему мнению, является интервью-беседа [1, с. 35].

Выбор темы исследования мотивирован следующими соображениями. Причастность к внутреннему миру известных личностей, возможность общения с ними, эффект виртуального присутствия в студии, возможность расширения собственных горизонтов, — все эти факторы обуславливают привлекательность ток-шоу как радио- или телевизионной передачи особого типа. Однако современная наука даёт недостаточно ответов на вопросы о становлении популярности этого жанра, а также на запрос аудитории на возрастающую с каждым годом популярность участия детей в программах ток-шоу.

Связь с предыдущими исследованиями. Изучением интервью как способа получения информации и особого литературного жанра занимались такие учёные, как М. М. Лукина, Э. В. Могилевская, Е. Г. Ларина, Н. Е. Кондратьева, К. В. Баранова и др. Отдавая должное их вкладу в исследование различных лингвальных аспектов, следует отметить, что недостаточно освещёнными остаются многие аспекты психолингвистических основ привлекательности непосредственного общения в процессе интервью, а также вербальной организации интервью типа взрослый-ребёнок на американских телевизионных ток-шоу. Таким образом, актуальность темы исследования обусловлена высокой популярностью, гносеологической важностью и особенностями вербальной организации детских интервью.

Формулирование задач. Целью работы является попытка установления интра- и экстралингвальных факторов в речи ребёнка, обеспечивающих позитивное восприятие их высказываний взрослой аудиторией. Объектом изучения выступает англоязычная речь американских детей дошкольного и младшего школьного возраста в рамках юмористического ток-шоу. Предмет исследования — психолингвистические основы популярности участия детей в развлекательных телепрограммах.

Фактический материал исследования представлен текстовым скриптом ток-шоу Джимми Киммеля (рубрика «Jimmy talks to kids») и фиксированным аудиовизуальным рядом того же шоу длительностью звучания 90 минут.

Изложение основного материала. Рост количества программ с участием детей, в том числе проводящихся в интервью-формате, обусловлен «человекоцентрированным» подходом (термин Е. В. Лариной), используемым в производстве массовых медийных программ. Его суть заключается в том, что зритель своими эмоциями и потребностями в определённой информации способен влиять на медийную культуру, создавая запрос на определённые жанры и их формат. Такое взаимодействие отходит от традиционного монологического подхода к аудитории и формирует новый, диалогический тип вещания, в котором функция оказания влияния на аудиторию с целью подчинить и изменить точку зрения слушателя теряет свою актуальность и замещается наличием ответного мнения того самого зрителя [2, с. 6].

Интервью определяют как жанр публицистики, представляющий собой беседу между интервьюером и респондентом или респондентами, которая направлена на удовлетворение общественного интереса и имеет актуальное значение [10].

В нашем исследовании формат беседы обусловлен активной ролью ведущего, который подсознательно воспринимается ребёнком как коммуникативный лидер и полностью курирует диалог. В то же время, для создания наиболее психологически комфортных условий для коммуникации с детьми такое общение имеет также и неформальную составляющую.

Ток-шоу, как отдельный жанр, появился в 60-е годы XX века на американском телевидении. Создателем этого жанра считают журналиста Фила Донахью. В конце 1980-х жанр ток-шоу стал ещё более популярным и транслировался почти на всех американских каналах. Каждое шоу создатели пытаются сделать наиболее популярным и интересным для зрителя. Интересен также тот факт, что вопросы политического и социального характера отходят на второй план, уступая популярность комедийным и скандальным характеристикам.

Классическое ток-шоу — это соотношение сценических приёмов и приёмов журналистики, в котором важную роль играет юмор. Как правило, ток-шоу представляет собой треугольник: ведущий — собеседники — зритель [6]. Рост популярности этого жанра в наше время обусловлен тем фактом, что жанр обладает необычайной социальной значимостью. Поскольку ток-шоу — это жанр телепередач, ориентированных на массового зрителя и поэтому транслирующихся, в большей мере, в вечернее время, чтобы привлечь большую аудиторию телезрителей, они позволяют доносить информацию до большого количества телезрителей, тем самым оказывая влияние на их сознание, а иногда даже меняя их мировоззрение.

Обычно сюжетная линия ток-шоу проста. Цель этого телевизионного жанра — поиски решения актуальных проблем с учётом разных точек зрения, выхода из сложных ситуаций, а также обучение чему-либо или разного рода развлечения. Жанр ток-шоу универсален и подходит для зрителей любой возрастной категории, будь то взрослые, дети, подростки. Для детей и подростков особенно полезны ток-шоу обучающего характера и те, которые могут помочь в решении сложных проблем [2].

Жанр ток-шоу является интерактивным телевизионным жанром, в котором важную роль играет «неформальность» общения, приближение формата беседы к разговорному жанру. В этом жанре соединяются публицистический и разговорный типы коммуникации. Обязательными условиями ток-шоу является наличие зрителей в студии, а также популярный, харизматичный шоумен-ведущий. Тематика интерактивных шоу может быть разной: политическая, детективная, социальная, научная, юмористическая и т. д. Часто ток-шоу могут включать несколько тем, создавая тем самым продукт, более адаптированный на массового зрителя. Популярность ток-шоу той или иной направленности напрямую зависит от запроса аудитории, то есть от актуальности в обществе на данный период времени обсуждаемой проблемы. Следовательно, политические ток-шоу становятся особенно популярными в периоды предвыборной кампании, экономических кризисов, на революционных этапах для государства; научные и социальные телепрограммы востребованы тогда, когда появляется острая необходимость в освещении тех или иных социально значимых вопросов. В медийном жанре с каждым годом становится всё более частым явлением появление большого количества телепередач для детей и о детях, YouTube-каналов, семейных телепрограмм.

Вне времени и актуальности запросов всегда остаются передачи, которые направлены больше на развлечение зрителя, нежели на образование. К ним и относятся юмористические и социальные ток-шоу. Телевизионные шоу с участием детей уже долгое время находятся на пике популярности во многих странах. Такие шоу, как отечественные «Голос. Дети», «Самый умный», «Круче всех» и их аналоги занимают лидирующие позиции в ТВ-рейтингах многих стран. Наиболее широкие возможности для выражения индивидуальных характеристик речи коммуниканта даёт именно жанр интер-

вью, так как его обязательной составляющей является спонтанная неподготовленная речь. Именно в таких условиях детская коммуникация способна наиболее ярко проявить свои особенности, что представляет собой ценный материал для психолингвистических исследований.

Если принять во внимание общую направленность телевизионных передач, большинство из них нацелены на обсуждение различных проблем, спорных вопросов, конфликтов. Такое количество продуктов телевидения оказывает на зрителя угнетающий эффект, что и порождает его интерес к программам юмористического, развлекательного характера. Шоу с участием детей способны выполнять эту функцию, так как наивность, незаангажированность суждений, искренность эмоций, неиспорченность юных участников способствуют хорошему настроению, расслаблению и перенесению фокуса внимания с острых насущных проблем.

Указанная тенденция приводит к тому, что передачи комедийного, юмористического жанра стали приобретать всё большую популярность. Учитывая общую настроенность, отметим, что аудитория в целом настроена на релакс и юмористическую направленность программы, поэтому, информацию, передаваемую по радио или телевидению, воспринимает положительно. В ходе детских ток-шоу часто обсуждаются далеко не детские, серьёзные вопросы. Можно предположить, что в процессе беседы ведущего с маленькими респондентами аудитории суггестируются определённые психологические установки, приоритеты, идеи развития общества. Данный тип ритуализованного общения является неравноположенным, поскольку взрослый интервьюер, как по возрасту, так и по своему социальному статусу занимает более высокое положение по отношению к ребёнку. Ребёнок испытывает ко взрослому уважение, некоторое стеснение, робость или неловкость, которые взрослому необходимо преодолеть.

При этом невозможно не отметить лингвистическую оригинальность и непосредственность анализируемых передач. Как показывают наши наблюдения, в социуме дети на ассоциативно-подсознательном уровне отождествляются с такими понятиями, как «добро», «искренность», «будущее». Очарование ребёнком у взрослых на инстинктивном уровне вызывает симпатию, чувство умиления, отсюда вполне понятно, что привлечение детей к участию в телепередачах является востребованным и популярным. В речи ребёнка взрослых зрителей привлекает её особая детская логика, отражающая наивную картину мира его как личности.

В проанализированных передачах обращают внимание на размышления детей о счастье, благополучии, перспективах развития страны сквозь призму наивного восприятия этих понятий ребёнком. Детская речь забавна, она обладает комичным эффектом, вызванным неправильным употреблением грамматических форм, лексических значений и оригинальным индивидуальным пониманием общеизвестных истин, либо употреблением их в другом смысле.

Рассмотрим пример, в котором ребёнок, не знающий о жаргонном значении слова, неправильно интерпретирует суть вопроса:

The host: Why do you think drug trade is illegal?

A boy: Because people don't like drugs, their taste is disgusting. I hate medicine [12].

В данном случае происходит беседа с ребёнком семи лет. Ведущий интересуется, почему, по мнению ребёнка, торговля наркотиками является нелегальной, используя слово «drugs», которое в английском языке также имеет значение «лекарство». Ребёнок, не владеющий языковым кодом в достаточной мере, путает эти понятия и ошибочно трактует суть вопроса.

В следующем примере гендерное равенство мужчин и женщин переносится в плоскость детских отношений мальчиков и девочек. В глазах мальчика девочки ведут себя слишком «по-девчачьи» и потому назначение женщины на пост президента представляется ему абсурдным.

The host: Jaden, why do you think we shouldn't have a lady president?

Boy: Because girls are actually too girly for boys and boys are too 'boyth' to have girls' stuff and so on [11].

Уже из приведённых примеров следует, что сознание ребёнка, отражающееся в его речи, существенно отличается от привычной «взрослой» интерпретации известных явлений и понятий в жизни. Дети на своём наивном интуитивном уровне оперируют логическими аналогиями, манифестируя способность к обобщению и конкретизации. Лингвальная сторона организации детских интервью непосредственно связана с паралингвальной стороной общения на уровне взрослый-ребёнок, как-то: выражение лица ребёнка, его поза, жесты и т. д.

Детский взгляд на многие вопросы часто поражает своей неожиданностью, а за кажущейся простотой ответов скрываются чёткие логические связи. Детская непосредственность и незащищённость вызывают у зрителей умиление, ассоциации с их собственными детьми, либо вызывают воспоминания о своём детстве. Такой способ удерживания интереса зрителя является действенным инструментом возбуждения интереса к телевизионной передаче, так как вызывает к самым искренним и сокровенным чувствам аудитории. Проиллюстрируем вышесказанное отрывком из беседы с девочкой пяти лет о любви:

The Host: What is love exactly?

The Girl: It's putting someone's needs before yours.

The Host: Do you like kissing?

The Girl: Well, it's germs. You kiss your mom and dad and they are family germs. But if you kiss someone else it's kind of gross 'cause they're sharing their germs. It's kind of disgusting [13].

Ребёнок пяти лет, которому задали вопрос о том, что такое любовь, демонстрирует достаточно высокий уровень развития, отвечая, что любовь — это ставить интересы другого выше своих собственных. Проанализируем ответ следующего респондента на тот же вопрос:

The Host: — What is love?

The Boy: — Love is when you like someone.

Отметим, что девочки в таком возрасте опережают в развитии мальчиков в выражении эмпатии. Ответ мальчика такого же возраста на аналогичный вопрос звучал так: «Любовь — это когда тебе кто-то нравится». Данное изречение является более простым как в синтаксическом, так и в семантическом аспектах.

Отвечая на вопрос о поцелуях, девочка использует такие слова: «противно», «непристойно», — аргументируя тем, что поцелуй — это обмен микробами. Но целовать маму и папу можно, потому что это «семейные микробы», что также говорит о витальных потребностях ребёнка во внимании и заботе родителей.

Также стоит отметить, что поведению детей свойственно копировать речь взрослых, что часто выражается не только в структуре речи, но и в смысловом её наполнении. Отсюда можно предположить, что высказывание 5-летней девочки («Любовь — это ставить чьи-то интересы превыше своих») с наибольшей вероятностью была услышана от кого-то из взрослых. Возможно, изречение до конца и не понимается ребёнком, однако считается правильным, так как сказано кем-то, кто является для ребёнка авторитетом в силу возраста и, возможно, других факторов. Очевидно, что ключом к эволюции детской речи является стремление к тому, чтобы строить свою речь по аналогии с речью взрослых людей.

Выводы. Таким образом, рассмотренный нами вербальный аспект межличностной коммуникации типа ребёнок-взрослый, реализуемой в рамках американского комедийного ток-шоу Джимми Киммела, даёт возможность утверждать, что детская речь, как и всё в природе, подчинена законам симметрии и аналогии. Начиная осваивать речь, каждый ребёнок, не осознавая этого, проводит познавательную-исследовательскую работу, так как дети учатся говорить на родном языке не языком взрослых, а лишь подражая ему. Наблюдая за речевой деятельностью окружающих, они создают свою индивидуальную речевую парадигму, которая организована по аналогии с речью взрослых, однако представляет уникальную лексическую и грамматическую систему, хотя и организованную в согласии с общими правилами языка. Следовательно, онтогенез речи каждого ребёнка можно считать проявлением его природной эволюции, которая проходит аналогично развитию речи в филогенезе.

Перспективой дальнейшего исследования затронутой в данной статье проблемы мы рассматриваем обращение к организационно-композиционной стороне вербального общения, а также изучение невербальных его составляющих.

Л и т е р а т у р а

1. Грушевицкая Т. Г., Попков В. Д., Садохин А. П. Основы межкультурной коммуникации. Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. 298 с.
2. Кондратьева Н. Е., Мордовина Л. В. Ток-шоу как жанр современной массовой культуры. *Аналитика культуры. Тамбов* : Издательский центр ТГУ им. Г. Р. Державина, 2008. Вып. 12. С. 60–66.
3. Ларина Е. Г. Лингвопрагматические особенности ток-шоу как жанра телевизионного дискурса (на материале американских телевизионных программ) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04. Волгоград : ВГУ, 2004. 24 с.
4. Ларина Е. Г. Телевизионный дискурс и его жанровое разнообразие. *Вестник Воронежского гос. ун-та. Сер. 2. Языкознание*. Воронеж, 2006. Вып. 5. С. 166–168.
5. Леонтьев А. А. Основы психолингвистики. Москва : Смысл, 1997. 287 с.
6. Могилевская Э. В. Ток-шоу как жанр ТВ : происхождение, разновидности, приёмы манипулирования. *Акценты : Новое в массовой коммуникации*. Воронеж : Факультет журналистики ВГУ : Академия наук региональной печати, 2006. Вып. 5–6. С. 40–48.
7. Морозова І. Б. Парадигматичний аналіз структури і семантики елементарних комунікативних одиниць у світлі гештальт-теорії в сучасній англійській мові : монографія. Одеса : Друкарський дім, 2009. 384 с.
8. Цейтлин С. Н. Язык и ребёнок : Лингвистика детской речи : учеб. пособие. Москва : Гуманитарный изд. центр ВЛАДОС, 2000. 240 с.
9. Чуковский К. И. От двух до пяти. Живой как жизнь. Москва : Детская литература, 1968. 814 с.
10. Щитова Д. А. Интервью как способ создания имиджа. *Вестник Томского государственного университета. Филология*. Томск, 2012. № 4 (20). С. 146–153.
11. Jimmy Kimmel. Jimmy Kimmel and Kids Talk About The Presidential Candidates. 2018. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=Gsfh80D2Y8Y/> (accessed 12 Mars 2020).
12. Jimmy Kimmel. Jimmy Kimmel Talks to Kids About Health Care. 2017. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=15Lw7itoFwI/> (accessed 12 Mars 2020).
13. Jimmy Kimmel. Jimmy Kimmel Talks to Kids About Love. 2019. URL : https://www.youtube.com/watch?v=ERv-VAWKW_hM/ (accessed 12 Mars 2020).

References

1. Grushevitskaya, T. G., Popkov, V. D., Sadokhin, A. P. (2003), *Fundamentals of Intercultural Communication* [Osnovy mezhkul'turnoy kommunikatsii], JuNITI-DANA, Moscow, 298 p.
2. Kondrat'eva, N. E., Mordovina, L. V. (2008), «Talk show as a genre of modern mass culture», *Analytics of Cultural Studies : scientific journal* [«Tok-shou kak zhanr sovremennoy massovoy kul'tury», *Analitika kul'turologii : nauchnyy zhurnal*], Derzhavin Tambov State University Publishing Center, Tambov, vol. 12, pp. 60–66.
3. Larina, E. G. (2004), *Linguo-pragmatic features of talk shows as a genre of television discourse (based on American television programs) : Author's thesis* [Lingvopragmaticheskie osobennosti tok-shou kak zhanra televizionnogo diskursa (na materiale amerikanskikh televizionnykh programm) : avtoref. dis.... kand. filolog. nauk : 10.02.04], Volgograd State University Publishing House, Volgograd, 24 p.
4. Larina, E. G. (2006), «Television discourse and its genre diversity», *Proceedings of Voronezh State University, Series 2, Linguistics* [«Televizionnyy diskurs i yego zhanrovoe raznoobrazie», *Vestnik Voronezhskogo gos. un-ta, Ser. 2, Yazykoznanie*], Voronezh State University, Voronezh, vol. 5, pp. 166–168.
5. Leont'ev, A. A. (1997), *Fundamentals of Psycholinguistics* [Osnovy psikholingvistiki], Moscow : Smysl, 287 p.
6. Mogilevskaya, E. V. (2006), «Talk shows as a TV genre : origin, varieties, manipulation techniques», *Accents : New in mass communication* [«Tok-shou kak zhanr TV : proiskhozhdenie, raznovidnosti, priomy manipulirovaniya», *Aktsenty. Novoe v massovoy kommunikatsii*], Journalism Faculty of Voronezh State University, Academy of Regional Press, Voronezh, vol. 5–6, pp. 40–48.
7. Morozova, I. B. (2009), *Paradigmatic analysis of the structure and semantics of elementary communicative units in the light of Gestalt theory in modern English : monograph* [Paradykmatychnyy analiz struktury i semantiki elementarnykh komunikativnykh odynits u svitli geshtalt-teorii v suchasniy angliyskiy movi : monografiya], Drukarskiy dim Publishing House Odessa, 384 p.
8. Tseytlin, S. N. (2000), *Language and child : Linguistics of children's speech : textbook* [Yazyk i rebenok : Lingvistika detskoj rechi : ucheb. posobie], Humanitarian Publishing Center VLADOS, Moscow, 240 p.
9. Chukovskiy, K. I. (1968), *Two to five. Living as life* [Ot dvukh do pyati. Zhivoy kak zhizn'], Detskaya literatura Publishing House, Moscow, 814 p.
10. Shchitova, D. A. (2012), «Interview as a way to create an image», *Tomsk State University Journal of Philology* [«Interv'yū kak sposob sozdaniya imidzha», *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya*], Tomsk, vol. 4 (20), pp. 146–153.
11. Kimmel, J. (2018), *Jimmy Kimmel and Kids Talk About The Presidential Candidates*, available at : <https://www.youtube.com/watch?v=Gsfh80D2Y8Y/> (accessed 12 Mars 2020).
12. Kimmel, J. (2017), *Jimmy Kimmel Talks to Kids About Health Care*, available at : <https://www.youtube.com/watch?v=15Lw7itoFwI/> (accessed 12 Mars 2020).
13. Kimmel, J. (2019), *Jimmy Kimmel Talks to Kids About Love*, available at : https://www.youtube.com/watch?v=ERvVAWKW_hM/ (accessed 12 Mars 2020).

МОРОЗОВА Ірина Борисівна,

доктор філологічних наук, професор кафедри граматики англійської мови Одеського національного університету імені І. І. Мечникова; вул. Дворянська, 2, м. Одеса, 65082, Україна; тел.: +38 050 6572043; e-mail : morro@ukr.net; ORCID ID: 0000-0002-1905-7563

ПАПЕНКО Тетяна-Близавета Василівна,

аспірант кафедри граматики англійської мови Одеського національного університету імені І. І. Мечникова; Французький бульвар, 24/26, м. Одеса, 65058, Україна; тел.: +38 066 5509024; e-mail: tsatania22@gmail.com; ORCID ID: 0000-0002-9759-2297

ПСИХОЛІНГВІСТИЧНІ ОСНОВИ ПОПУЛЯРНОСТІ АМЕРИКАНСЬКОГО ТОК-ШОУ ЗА УЧАСТЮ ДІТЕЙ

Анотація. Метою статті є розгляд вербального аспекту міжособистісної комунікації типу дитина-дорослий, зрєалізованої в межах американського комедійного ток-шоу. **Об'єктом** дослідження є мовлення американських дітей, що були учасниками гумористичного ток-шоу. Участь дітей у телепрограмах дає змогу дослідити їхнє спонтанне усне мовлення й визначити психолінгвістичні засади мовної поведінки дитини в комунікації з дорослим. **Предмет** дослідження становлять психолінгвістичні засади популярності розважальних шоу за участю комунікантів-дітей. **Результати** дослідження дають відповіді на питання про популярність інтерв'ю як медійного жанру, а також про безпосередню затребуваність в участі дітей на телебаченні. **Висновки.** У процесі дослідження встановлено соціально-історичні передумови становлення та затребуваності розважальних жанрів на телебаченні. Дано відповіді на питання про жанрові особливості ток-шоу. Дитяча привабливість і приналежність, які волають до чуттєвого компоненту сприйняття, емпатії у телеглядача відіграє важливу роль у масовому створенні ток-шоу з дітьми. Відзначено особливості дитячого мовлення, що відображають дитячу картину світу, дитячу логіку, процес мислення. **Практичне застосування** результатів дослідження полягає в процесі роботи з дітьми, а саме в поліпшенні навичок розмовної мови рідної мови, так як дає розуміння того, як мислять діти, яке їхнє сприйняття та світогляд.

Ключові слова: жанр інтерв'ю, ток-шоу, дитяче мовлення, міжособистісна комунікація, медійний жанр, комунікативна поведінка.

Iryna B. MOROZOVA,

Doctor of Phil. Sc. (Grand PhD), Full Professor, Chair of English Grammar, Odessa I. I. Mechnikov National University; 24/26 Frantsuzskiy blvd., Odessa, 65058, Ukraine; e-mail: morpo@ukr.net; tel. +38(050)6572043; ORCID ID: 0000-0002-1905-7563

Tetiana-Yelyzaveta V. TSAPENKO,

Graduate Student of Department of Grammar of English language, Odessa I. I. Mechnikov National University; 24/26 Frantsuzskiy blvd., Odessa, 65058, Ukraine; e-mail: tsatania22@gmail.com; tel.: +38(066)5509024; ORCID ID: 0000-0002-9759-2297

PSYCHOLINGUISTIC BASIS OF THE POPULARITY OF AMERICAN TALK SHOW WITH CHILDREN

Summary. The *purpose* of the paper is to investigate the verbal aspect of the interpersonal communication of «child-adult» type. *The object* of the work is the speech of American children-participants of humor talk-show. Children's participation on TV makes it possible to research peculiarities of their spontaneous speech and to define the psycholinguistic basis of child's communicative behavior in a conversation with the adult interlocutor. *The subject* of the research consists in disclosing the psycholinguistic grounds of the popularity of entertaining show with children's participation. *The findings* of the paper give the clue to understanding the reasons behind the popularity of the interview as a media genre and explains why children are so much involved into the mass media content and demanded by the audience. In the process of investigation we specified the socio-historical premises for the growing interest in children's shows as genre on television. The authors argue about peculiarities of the talk show as a separate genre. Children's naivety and their personal charm appeal to the audience activate the sensational component of perception. Empathy felt by the grown-ups play an important role in the widepopularity of talk shows with kids' participation. The authors foreground peculiarities of infant speech that reflect children's worldview, their logic and mentality. *The practical value* of the research is actual possibility of using the obtained results when working with children and namely while improving their native language skills, since the research outlines thinking process, peculiarities of children's preception and world outlook.

Key words: interview, talk show, children's speech, interpersonal communication, media genre, communicative behaviour.

Статтю отримано 06.05.2020 р.