

26. Сучасний словник іншомовних слів: близько 20 тис. слів і словосполучень / Уклад. О.І.Скопненко, Т.В.Цимбалюк. – К.: Довіра, 2006. – 789 с.
27. Урысон Е.В. Несостоявшаяся полисемия (Типы толкований с союзом 'или') / Е.В.Урысон // Облик слова: Сб. св. памяти Д.Н.Шмелева. – М., 1997. – С. 113-121.
28. Шмелев Д.Н. Проблемы семантического анализа лексики (на материале русского языка) / Д.Н.Шмелев. – М.: Наука, 1973. – 280 с.
29. Helbig G. Die Funktionen der substantivischen Kasus in der deutschen Gegenwartssprache / G. Helbig. – Halle ; Saale: VEB Max Niemeyer Verl., 1973. – 296 S.
30. Longman Dictionary of Contemporary English / [director, Della Summers]. – New ed. – Pearson Education Limited, 2003. – xvii, 1950 p.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ:

31. Coover R. The Gingerbread House // Pricksongs & Descants: Fictions / Robert Coover. – New York, Grove Press. – 2000. – P. 61–75.
32. Gass W. In the Heart of the Heart of the Country / William Gass // Anti-Story: an Anthology of Experimental Fiction / Ed. by Ph. Stevick. – New York: The Free Press, 1971. – P. 132-160.

УДК 811.111'342.1:070'42

Андрій Шальов
(Одеса)

**ЛІНГВІСТИЧНА ОРГАНІЗАЦІЯ ТЕЛЕБЕСІДИ
ЯК ЖАНРУ ТЕЛЕВІЗІЙНОГО ДИСКУРСУ**

Статтю присвячено дослідженню універсальних і диференціальних лінгвістичних ознак розмовних явищ телебесіди як жанру телевізійного дискурсу на рівні лексики, фразеології та синтаксису.

Ключові слова: телебесіда, телевізійний жанр, дискурс, засоби масової комунікації, вигуки, прислівники, фразеологізми, повтор, паралельні конструкції, компресія, сленгізми.

The article is devoted to research of universal and differential linguistic characteristics of the colloquial phenomena of teleconversation as a genre of television discourse at the level of vocabulary, phraseology and syntax.

Key words: teleconversation, television genre, discourse, mass media, interjections, adverbs, phraseological units, repetition, parallel constructions, compression, slangisms.

Упродовж декількох десятиріч зарубіжні та вітчизняні учені, представники різних наук: філософії, політології, психології, соціології і журналістики, які глибоко і всесторонньо досліджували мас-медіа, говорять про виняткову роль даного соціального інституту, що став щоденною потребою соціокультурного життя людини і в змозі впливати на його світогляд, його національну культуру та мову [4; 5; 17]. Великий тематичний розділ в літературі про мас-медіа присвячено дослідженням телебачення [11; 12; 13; 18].

Лінгвістичні дослідження останніх десятиріч [7; 9; 15] присвячені розгляду питань моделювання масово-комунікаційної діяльності, технології маніпулювання, стратегії впливу засобів масової комунікації (СМК) на масову аудиторію. Аналізу піддається дискурс мас-медіа (як правило, дискурс друкарських видань). Проте телевізійний дискурс залишається маловивченою областю. Дослідження, проведені в цьому напрямі, носять експериментальний характер (наприклад, робота Ю.В. Артемьєвої [2]), або присвячені специфіці незначного числа телевізійних жанрів: телеінтерв'ю [14], ігрових програм [8], теледебатів [6]. Телевізійний жанр телебесіди залишається за рамками існуючих досліджень, що зумовлює актуальність його вивчення.

Мета роботи полягає у виявленні універсальних і диференціальних лінгвістичних

ознак телебесіди як жанру телевізійного дискурсу, складного комунікативного і лінгвосоціокультурного явища.

Матеріалом дослідження слугували 95 телебесід, трансльованих британськими телеканалами (BBC, ITV, Channel 4, Channel 5 та ін.), загальною тривалістю більше 72 годин.

Телевізійне мовлення відноситься до публічного різновиду усного літературного мовлення, в якому у всезростаючому ступені виявляються ознаки розмовного мовлення (неофіційність, ситуативність, непідготовленість, невимушеність, усність, безпосередність, стереотипність, діалогічність, емоційність, "повсякденна" тематика, персональна адресованість спілкування), що дозволило нам визначити стиль телевізійного мовлення (телевізійного дискурсу) як публіцистичний з елементами розмовності [10, с. 30].

Включення в мовлення публічної комунікації елементів розмовності має значний експресивний потенціал і справляє необхідний комунікативний ефект: сприяє встановленню контакту між суб'єктами телевізійної комунікації, привертає й утримує увагу телеглядачів, викликає пізнавальний інтерес, підштовхує до роздуму і, отже, до діалогу між телекомунікатором і аудиторією.

Ці тенденції повною мірою виявилися в ході дослідження 95 телебесід, трансльованих британськими телеканалами.

Аналіз текстів британських телебесід дозволив виявити особливості використання розмовних явищ на рівні а) лексики і фразеології; б) синтаксису.

Розглянемо особливості використання розмовних явищ на рівні лексики і фразеології. Процентне співвідношення використання елементів розмовності до загального об'єму лексики і фразеології, що використовується комунікантами, в середньому складає 8,8% (близько 4000 слововживань) (див. рис.1). При цьому слід зазначити, що в публіцистичних телебесідах цей показник (13,1%) значно перевищує відповідне значення (4,5%) в аналітичних телебесідах. Компонентний аналіз дозволив виявити склад елементів вказаного розмовного пласта і їх кількісні показники:

Прислівники /прислівникові звороти (33,4 %):

Sure it allies to everyone. (sure – spoken used at the beginning of a statement admitting that something is true, especially before adding something very different) [16] // Hard Talk (20.01.09)

So people come and volunteer? – Yeah, people can come and volunteer. (yeah – spoken informal yes) [16] // Wednesday Night Live (28.02.07)

Фразеологізми (25,1 %):

*We bought every one we could **get our hands on**.* (get one's hands on sth – informal to succeed in getting something) [16] // My Secret (04.10.07)

*... but I guess the first time Katie called me just kind of **out of the blue**, the first question out of her mouth was, "What were you thinking?"* (out of the blue – informal if something happens out of the blue, it is very unexpected) [16] // You Only Live Once (22.05.08)

Вигуки (19 %):

*I...I hope I'll see you later. **Bye**.* (bye – informal goodbye) [16] // Journey North (14.06.07)

Іменники (14,3 %):

*I know, Lauren, you must be proud of this **guy**.* (guy – informal a man (= bloke)) [16] // Jerry Springer (10.02.09)

*And then the next thing I had to do was tell my **kids** Daddy wasn't coming home.* (kid – informal a child) [16] // Judge For Yourself (19.06.08)

Прикметники (4,8 %):

*I say one of my producers bought the print. It's **gorgeous**. It's beautiful.* (gorgeous – informal extremely beautiful or attractive) [16] // Lauren Hutton and ... (11.07.09)

Фразові дієслова (1,7%):

*I love surprising other people. I don't like to be surprised, but... and everybody in this audience gets to help me **pull off** one right now.* (pull – informal to succeed in doing something difficult) [16] // Knowing Me, Knowing You (12.06.09)

*If they all **showed up** 18 years from now, that could be a lot children.* (show up – informal to arrive, especially at place where someone is waiting for you [= turn up] [16] // Friday's Night's All Wright (30.05.08)

Сполучники (0,9 %):

*And soon it developed that the princess was in a deep sleep **like** Sleeping Beauty or Snow White and needed to be brought back.* (like – informal as if) [16] // You Only Live Once (11.03.07)

Дієслова (0,4 %):

I guess I'd like to have had an influence in some way, with my family and friends... (guess – spoken used to say that you think something is true or likely, although you are not sure) [16] // Jerry Springer (09.01.08)

Займенники (0,4 %):

*You want to... **What?**... just to see what he looks like, family history?* (What? – spoken used to give yourself time to think before guessing something) [16] // This is Dom Joly (07.04.08)

Серед виявлених лексичних і фразеологічних одиниць виділяються найбільш частотні в кількісному відношенні, отже, ті, що використовуються комунікантами в спілкуванні в кожній телебесіді. Такі мовні одиниці ми відносимо до універсальних лінгвістичних ознак жанру телебесіди, тоді як найменш частотні – до диференціальних лінгвістичних ознак жанру.

Аналіз показує, що найбільш частотними елементами розмовного пласта лексики і фразеології (універсальними лінгвістичними ознаками жанру) є прислівники (33,4%), фразеологізми (25,1%), вигуки (19%) та іменники (14,3%). До найменш частотних елементів пласта лексики і фразеології (диференціальних лінгвістичних ознак жанру) відносяться: прикметники (4,8%), фразові дієслова (1,7%), сполучники (0,9%), дієслова (0,4%), займенники (0,4%).

Найбільш частотне введення в мовлення комунікантів прислівників (33,4%) пояснюється, певно, однією з основних синтаксичних функцій прислівника – його "здатністю визначати дієслово, ім'я, інший прислівник і – ширше – ціле речення" [3, с. 123]. Розмовний прислівник, поєднуючись із лексичними одиницями нейтрального стилю, здатний зробити мовлення партнерів по спілкуванню більш експресивним у публічному мовленні, ніж, наприклад, дієслово (яке протиставиться, як правило, тільки імені). Цією ж обставиною пояснюється незначний відсоток включення в публічне мовлення телебесід розмовних дієслів (0,4%).

З позицій комунікативного функціонування мови використання комунікантами в процесі телевізійного спілкування вказаних вище мовних засобів може бути пояснено наступними обставинами.

Специфіка сфери телеспілкування – міжособове спілкування, ускладнене умовами масової комунікації – розширює межі функціонування мови і зумовлює своєрідність стилю телевізійного мовлення, що полягає в зближенні публіцистичного стилю з розмовним. До інтелектуально-комунікативної, волюнтаривної, емотивної функцій мови, властивих публіцистичному стилю [1, с. 55], додається фатична мовна функція, яка разом з указаними вище, характеризує розмовний стиль.

Для встановлення контакту між суб'єктами комунікації – для реалізації фатичної функції мови – в жанрі телебесіди використовуються наступні розмовні мовні засоби: вигуки (наприклад, *hi/hey* (привіт), *bye* (бувай), *OK* (добре!, гаразд!), *come on* (нумо!), деякі прислівники (наприклад, *yeah* (так), *all right* (добре!, гаразд!, згоден!) та ін.).

Привертання та утримання уваги партнера по комунікації досягається використанням у мовленні вигуків і фразеологізмів, експресивність яких не викликає ніяких сумнівів (наприклад, *boy* (чорт забирай!), *daddy* (дідько!), *kind of / sort of* (наче, немов), *green as grass* (дуже недосвідчений, який не знає життя), *now and then* (час від часу), *in one's own skin* (на власній шкурі), *clean up one's act* (виправитися, узятися за розум), *have the goods* (мати здібності, справлятися), *be through the mill* (зазнати багато труднощів), *out of the blue* (зненацька), *go out on a limb* (вскочити у халену), *give it a try* (спробувати), *make it* (вижити), *just in case* (про

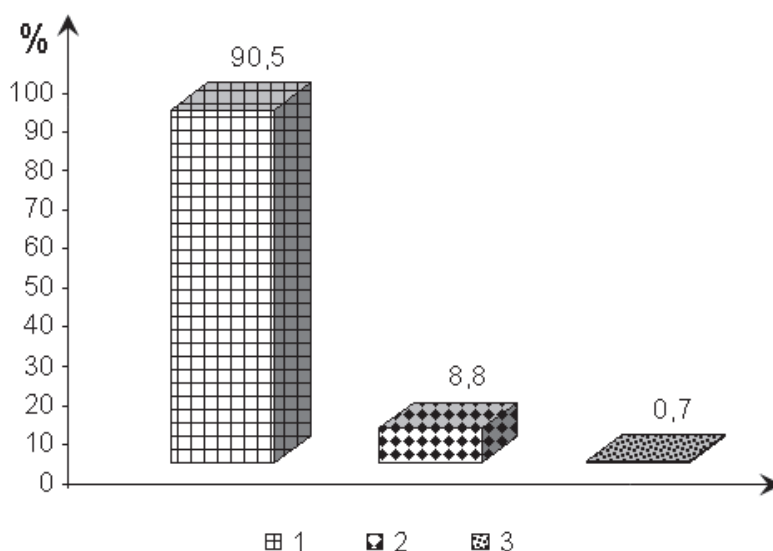
всяк випадок), *get one's hands on* (заволодіти), та ін.), а також деяких іменників та прислівників (наприклад, *never ever* (ніколи), *anyway* (у будь-якому разі), *sport* (славний чолові'яга), *babe* (красуня), *tons of* (дуже багато) та ін.); в цьому випадку реалізується емотивна функція мови.

На вибір мовних засобів впливають і конкретні умови спілкування, його діалогічний характер, що зумовлює такі важливі особливості розмовного мовлення як непідготовленість і спонтанність. У цьому випадку комуніканти вдаються до компресії засобів вираження і до їх надмірного вживання.

На рівні лексики компресія проявляється у переважному використанні одноморфемних слів, фразових дієслів, аббревіатур (наприклад, *guy, dad, kid, lab, biz, man, fun, babe, blow off, peel off, fix up, hold on, turn in, shake up, talk to, drop out, show up, ID, DNA, CBC, CNBC* у др.). Надмірність проявляється у використанні слів, які не мають семантичного навантаження (*you know, I mean* та ін.).

Слід зазначити, що саме по собі використання комунікантами в процесі міжособового спілкування, ускладненого умовами масової комунікації, будь-яких елементів розмовності надзвичайно експресивно, оскільки останні є елементами, не властивими публіцистичному стилю.

Яскраво виражений експресивний характер має генетично неоднорідний шар лексики і фразеології, званий сленгом, який існує в розмовному мовленні і знаходиться зовні літературної норми. Найважливішими властивостями сленгізмів, як відомо, є їх грубуваточинічна або груба експресивність, зневажлива або жартівлива образність. Сленг не виділяється як особливий стиль або підстиль, оскільки його особливості обмежуються тільки одним рівнем – лексичним. Функціонування в жанрі телебесіди вказаних мовних одиниць відноситься до числа його універсальних ознак, оскільки свідчить про наявність в досліджуваному пласті позалітературних елементів, що становлять 0,7% від загального об'єму лексики і фразеології, який використовується комунікантами (див. мал. 1).



- 1) стилістично нейтральна лексика (90,5%);
- 2) розмовна лексика (8,8%);
- 3) позалітературна лексика (сленгізми) (0,7%).

Рис. 1. Співвідношення елементів лексики і фразеології в жанрі телебесіди.

Аналіз текстів британських телебесід із функціонально-стильової позиції дозволив також виявити особливості функціонування усно-розмовних явищ на рівні синтаксису. Відомо, що для розмовного мовлення характерні надмірність синтаксичної побудови, перерозподіл меж речення, зміщені конструкції, в яких кінець речення дається в іншому синтаксичному складі, ніж початок, і, нарешті, відособлені один від одного елементи [1, 99].

Установлено, що приблизно половина висловів партнерів у телевізійній комунікації під час телебесіди побудована з використанням розмовних конструкцій.

Аналіз текстів британських телебесід показав, що з 21480 (100%) висловів учасників досліджених телепередач, 10620 (49,4%) висловів побудовано з використанням розмовних конструкцій. Мовлення комунікантів характеризують наступні синтаксичні конструкції: переосмислення (транспозиція) синтаксичних структур, надмірність (різні види повторів), компресія, зміщені конструкції.

Найбільш частотними видами синтаксичних розмовних конструкцій у телебесідах, як показує дослідження, є повтори, які складають 50,3% від загального числа. Повтори – фігури мовлення, що посилюють виразність вислову, – розглядаються як деяке цілеспрямоване відхилення від нейтральної синтаксичної норми, для якої достатньо однократного вживання слова.

Частіше за все в мовленні комунікантів зустрічаються різні види лексичних повторів (35,6%), наприклад:

I mean, there is, no indeed, I mean there is, this is a real crisis for everybody. // Capitalism (16.02.09)

Лексичний повтор нерідко супроводжується полісиндетоном:

And the other advice I would give to you is just lots and lots and lots and lots understanding. // Kilroy (05.03.09)

Повтор фраз (своїх або партнера) необхідний для залучення уваги комунікантів до демонстрованих ними значень, для виразу згоди із затвердженням співрозмовника, для повернення до теми обговорення.

Анафоричний повтор (8,1%) часто ускладнюється паралелізмом конструкцій, які характеризуються однаковою синтаксичною побудовою:

It keeps your body... it keeps your body in shape. It makes you feel better. It gives you stamina so you can last a long time. // Saturday Zoo (04.08.07)

Безособовий займенник *it* на початку кожного речення входить до складу паралельних конструкцій *it makes you..., it gives you...*

У мовленні телекомунікантів також зустрічаються такі види повторів, як епіфора (2,6%), кільцевий повтор (1,6%), полісиндетон (1,6%), підхоплення (0,8%).

Паралельні конструкції, що характеризують мовлення учасників телебесід, складають 25,7% від загального числа, наприклад:

I think we have a choice on how we live our life and how we deal with these impulses. // Talkshow (14.06.08)

У цьому прикладі конструкції *how we live* і *how we deal* синтаксично побудовані однаково.

Компресія – пропуск логічно необхідних елементів вислову – може приймати різні форми і має різні стилістичні функції. Сюди відносять використання односкладних і неповних речень (еліпсис), умовчання або близький до нього апозіопезис. В цілому, частотність прояву таких синтаксичних конструкцій складає 17,2% від загального їх числа.

Найбільш частотним способом компресії, як показує дослідження, є еліпсис. Вживання цієї фігури мовлення відбувається в 11,4% випадків від загального числа використаних учасниками телебесід розмовних синтаксичних структур. В приведеному нижче прикладі номинативного односкладного речення відсутній важливий елемент вислову – предикат *are*:

Next, millions of women here. // Nick Ross (27.04.07)

Необхідність швидкого реагування на слова партнера в умовах економії ефірного часу часто приводить до використання однослівних речень типу "*Right*", "*Good*", "*Great*", "*Sorry*".

Умовчання і близький до нього апозіопезис полягають в емоційному обриві вислову. Відмінність між ними полягає в тому, що при умовчанні мовець свідомо надає слухачу здогадатися про недомовлене, а при апозіопезисі він не може продовжувати говорити від

хвилювання або нерішучості. В нашому дослідженні обидві фігури позначатимуться під загальною назвою умовчання. Такі синтаксичні конструкції в досліджуваних телебесідах складають 5,8% від загального числа, наприклад:

There is a political. there are people of course who think the only British things left now are institutions and they name the national health service. // Hardtalk (20.07.09)

Емоційними і експресивними, як вже давно помічено, є негативні конструкції. В досліджуваних телебесідах телекомуніканти використовують таку синтаксичну побудову в 3,1% випадків. Слова учасників спілкування в негативних конструкціях, передають, як правило, гострі переживання і враження. В наступному прикладі заперечення, ускладнене еліпсом, розглядається як жорстка вимога послідувати корисній поради: поклопотатися, нарешті, про себе, забути на якийсь час про чоловіка і дітей:

No husband, no children. // My Secret (12.03.08)

У деяких випадках комуніканти використовують в мовленні такий спосіб синтаксичної побудови як переосмислення, або транспозиція, під якою розуміють вживання синтаксичних структур в невластивих їм денотативних значеннях і з додатковими конотаціями. В нашому дослідженні транспозиція виявляється в 2,6% випадків від загального числа розмовних синтаксичних конструкцій. Транспозиція розповідного речення в питання частіше за все насичує його іронією і навіть сарказмом, наприклад:

You can wake them up yourself?

And you're worried about what? // Judge for Yourself (08.11.09)

У ході нашого дослідження був виявлений ще один спосіб синтаксичної побудови – парцеляція, під якою розуміється спосіб мовленнєвого представлення єдиної синтаксичної структури речення декількома комунікативно самостійними одиницями. Явище парцеляції зустрічається в 1,1% випадків уживання синтаксичних конструкцій в розмовному мовленні учасниками телебесід:

I'm really happy to know that it exists. For other people. // Patrick Kielty Almost Live (24.01.07)

Як правило, парцеляції використовуються для полегшення сприйняття поширених і переускладнених синтаксичних структур і є засобом мовленнєвої експресії.

Таким чином, у цій роботі були проаналізовані універсальні і диференціальні лінгвістичні ознаки жанру телебесіди. До універсальних лінгвістичних ознак телебесіди (найбільш частотних усно-розмовних явищ) відносяться прислівники, фразеологізми, вигуки та іменники (рівень лексики і фразеології); надлітературні явища (сленгізми); конструкції, що характеризуються надмірністю синтаксичної побудови і компресією (рівень синтаксису). Диференціальні лінгвістичні ознаки жанру телебесіди (найменш частотні усно-розмовні явища) включають: прикметники, фразові дієслова, сполучники, дієслова, займенники (рівень лексики і фразеології); заперечення, транспозицію, парцеляцію (рівень синтаксису).

Подальші перспективи дослідження можуть включати аналіз просодичної організації розглянутих явищ.

ЛІТЕРАТУРА

1. Арнольд И.В. Стилистика. Современный английский язык. – М.: Изд-во "Флинта", Изд-во "Наука", 2006. – 304 с.
2. Артемова Ю.В. Акты референции в телевизионном дискурсе: Автореф. дис. ...канд. филол. наук. – Тверь, 2000. – 15 с.
3. Васильева А.Н. О целостном комплексе стилоопределяющих факторов на уровне макростилей // Функциональная стилистика: теория стилей и их языковая реализация: Сб. науч. трудов. – Пермь, 1986. – 168 с.
4. Засурский Я.Н. Телерадиоэфир: История и современность. – М.: Аспект Пресс, 2005. – 239 с.
5. Здоровега В.Й. Теорія і методика журналістської творчості: Підручник. – 3-тє вид. – Львів: ПАІС, 2008. – 276 с.
6. Иванова Ю.М. Стратегии речевого воздействия в жанре предвыборных теледебатов: Автореф. дис. ...канд. филол. наук. – Волгоград, 2003. – 20 с.

7. Кантор Ю.З. Диалогический текст интервью в коммуникативном аспекте (на материале современных российских газет): Автореф. дис. ...канд. филол. наук. – СПб., 2001. – 22 с.
8. Канчер М.А. Языковая личность телеведущего в рамках русского риторического этоса (на материале игровых программ): Автореф. дис. ...канд. филол. наук. – Екатеринбург, 2002. – 20 с.
9. Капишникова А.В. Лингвистические средства управления дискурсом (на материале американских радиопередач ток-шоу): Автореф. дис.канд. филол. наук. – М., 1999. – 23 с.
10. Ларина Е.Г. Лингвопрагматические особенности ток-шоу как жанра телевизионного дискурса. – Дис. ...канд. филол. наук. – Волгоград, 2004. – 171 с.
11. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. – М.: Кучково поле, 2007. – 464 с.
12. Муратов С.А. Телевизионное общение в кадре и за кадром. – М.: Аспект Пресс, 2007. – 154 с.
13. Телевизионная журналистика / Под ред. Кузнецова Г.В., Цвик В.Л., Юровского А.Я. – М., 2002. – 368 с.
14. Ухова Л.В. Речевые средства реализации авторского намерения в жанре телеинтервью. – Дис. ... канд. филол. наук – 10.02.01. – Ярославль, 2001 – 350 с.
15. Ягубова М.А. Речь в средствах массовой информации // Хорошая речь. – Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2001. – С. 84-103.
16. LDCE – Longman Dictionary of Contemporary English. – London: Longman, 1995. – 1696 p.
17. McQuail D. Mass Communication theory: An introduction (3-rd edition). – London: Sage, 1994. – 358 p.
18. Walker J., Ferguson D. The broadcast television industry. – NY, 1998. – 247 p.