

КОНОТАЦІЯ ТЕРМІНОЛОГІЧНОСТІ ЯК ДІЙСТВЕННЕ СРЕДСТВО ПРИДАНИЯ ТЕКСТУ МАСОВОЇ РЕКЛАМИ ВИРАЗИТЕЛЬНОСТІ

Рассмотрен конотативный аспект значения слова в рекламном тексте. Охарактеризовано конотации научности и новизны.

CONOTATSIYA TERMINOLOGICHNOSTI HOW THE EFFECTIVE MEAN OF GIVING OF TEXT OF THE MASS ADVERTISING EXPRESSIVENESS IS

The connotative aspect of the term meaning in the advertising texts has been investigated. The connotativity types (of scientific, newness, foreign) by terms in the advertising message were described.

Стаття надійшла 01.10.08

УДК 81'22+654.198

О. І. Скочинець

Українська академія друкарства

СЕМІОТИЧНІ КАТЕГОРІЇ В АНАЛІЗІ ЕФІРНОГО МОВЛЕННЯ

Окреслюється сучасний стан функціонування та розвитку ефірного мовлення, розглянувши його у світлі аналізу семіотичних категорій. Здійснюється спроба визначити зміст понять «ефірне мовлення», «ефірний текст».

Ефірне мовлення — одна з найважливіших складових системи засобів масової інформації, призначення якого полягає у безпосередньому відображенні суспільного життя у всіх його діалектичних взаємозв'язках і взаємозалежностях.

Ефірне мовлення як основний засіб комунікативних технологій і соціально-мовленнєвої діяльності набуває все більшої популярності у сучасному інформаційному світі, а відтак, все актуальнішою стає проблема культури мовлення українського етеру.

Поняття «ефірне мовлення» та «ефірний текст» хоч і не нові, але досі немає чітких їх визначень у словниках чи наукових дослідженнях.

Для ефірного мовлення передусім важливою була і залишається фахова мовна компетентність журналістів у досягненні впливу на аудиторію.

Мова є інструментом суспільної комунікації і надає учасникам спілкування систему знаків, з якої вони обирають конкретні мовні засоби залежно від мовної компетентції, власних цілей та намірів, знань про особливості комунікативної ситуації. Ефірне мовлення — це мовна дія, яка відбувається за специфічних умов і служить інструментом впливу на думки, вчинки і дії масової аудиторії. Воно є ідеологічно зв'язаним, тобто залежить від певних політичних, наукових і соціально-культурних позицій, світогляду сучасників.

Проте вживання однакових мовних знаків у різних типах та різновидах ефірного мовлення не передбачає однакового змісту. Ефірне мовлення являє собою своєрідний конгломерат різноманітних субкодів мовлення, оскільки є незамкненим на певному колі адресатів, а, навпаки, спрямованим на якомога ширше коло реципієнтів [1, 9].

Ефірне мовлення — різновид публічного мовлення, заснований на використанні великих можливостей сучасної техніки. З одного боку, воно прагне максимально зберегти особливості усного мовлення, з другого — втягує в орбіту можливі для своєї сфери функціонування засоби музичного мистецтва, драматичного, кіномистецтва, малярства та ін. Реалізується в радіо- та телемовленні. Це передача на відстань звукової або зорової інформації за допомогою електромагнітних хвиль. Суттєву хибу — неспроможність забезпечити ефективний зворотній зв'язок, який є однією з важливих ознак усного мовлення, ефірне мовлення прагне компенсувати такими формами, як бесіди за круглим столом, прямий ефір, відповіді на заздалегідь підібрані запитання, прихована камера, спонтанні інтерв'ю-опитування під час нарад, конференцій, на вулиці з приводу актуальних соціальних проблем, оперативне соціологічне опитування, різні розважальні програми, які збирають велику кількість учасників, втягуючи їх у діалог, передачі на замовлення, коли слухачі/глядачі висловлюють свої уподобання, а також побажання, конкурси, матримоніальні оголошення, дійства-розповіді про долі людей, перегук міст та ін. Слухачі/глядачі стають начебто співучасниками таких діалогів, продовжують їх у колі сім'ї, друзів. Активність слухачів підвищує така форма, як дзвінки по телефону, так звана «гаряча лінія», пряме включення [7, с. 177]. Таким чином, ефірне мовлення щораз більше наближається до усного. Виникнувши як монологічне (адже спочатку було просте озвучення текстів), ефірне мовлення дедалі інтенсивніше шукає форм ефективною реалізації, насамперед «ефекту присутності», стає близьким для людини. Відтак, функції інтерпретатора виконують аудіальні складники комунікативності, становлячи єдність подання і сприйняття інформації. Ефірне мовлення, на відміну від писемного, розраховане на голосову й екстралінгвальну інтерпретації, які, очевидно, найбільшою мірою виступають як посередники між змістом, прагненням автора, щоб процес комунікації відбувся, і процесом пізнання слухача, його реакцією на пізнане [9, с. 2].

Кожна система засобів масової комунікації, залежно від поставленої мети, використовує різноманітні методи та форми впливу на аудиторію через можливості її знакових систем.

Звуковий вплив на масову аудиторію найефективніше здійснює радіо. Цей акустичний засіб масової комунікації розраховано на аудіювання — одночасне слухання і сприймання інформації. Звуковий вплив на радіо здійснюють через: мовлення, шуми, музику та монтаж. Органи мовлення можуть передати 600 різних знаків за хвилину, а слух — сприймати звукові сигнали й передавати в мозок, що розшифровує їх. Оскільки ефірне мовлення за своєю природою діалогічне, то переважно завжди передбачає співбесідника. Радіо веде спілку-

вання з кожною людиною окремо і з тисячами слухачів одночасно. Ця ілюзія створюється як результат цілого комплексу засобів діалогізації. Аудіовізуальний вплив здійснює такий засіб масової комунікації як телемовлення, яке розраховане на одночасний процес відтворення звуку і зображення. Воно має свою специфіку впливу залежно від систем знаків, через які відтворюються об'єкти, від їх співвідношення, методів впливу, предметів відтворення та форми. Сьогодні дослідники говорять про аудіовізуальну мову — відтворення структури і руху, кольору і часу предметів зображення, їх характеристику озвученим і друкованим словом. Ефект аудіовпливу криється у вмілому поєднанні двох знакових систем (звуку і зображення) та використання специфіки їх впливу [4, с. 163–164]. Теле- та радіомовлення становлять цілісну систему ефірного мовлення.

Загалом, дослідження сучасного ефірного мовлення передбачає розгляд таких аспектів: екстралінгвістичного, паралінгвістичного і кінетичного та власне лінгвістичного, мовленнєвого. Семіотична активність ефірного мовлення виявляється в знаковій діяльності: відтворення, створення й оперування (комбінування та перетворення) знаків. Знак закріпив за собою статус універсального посередника між усією множиною реальних і потенційних значень і тими, хто ці значення хотів би досягнути. *Знак* — це те, що у певному сенсі або відношенні замінює для когось інший об'єкт [11, с. 157]. Основна характеристика знака — здатність бути тим, чим він не є. Бути знаком — означає потребу репрезентувати (зображати) щось інше, ніж себе [1, с. 84]. Загальна семіотика, за класифікацією Ч. Пірса, оперує трьома типами знаків: іконічними, індексальними і символічними. До іконічних знаків можна віднести зображення, що зберігають подібність до реальних об'єктів. Імітативна основа, зазначає Л. Павлюк, виразно простежується не лише у візуальних, а й аудіальних знаках, наприклад, у разі звуконаслідування, яке може мати як прагматично-описові, так і експресивні функції. Індексальні знаки — характеризують об'єкт через вказівку на спосіб його прояву. Семіотичний зміст індексального знака полягає у його причетності до стратегії каузальної репрезентації — розкриття внутрішньої сутності через зображення результату, наслідку, деталі. Поняття індексу в загальномовних контекстах має технічний зміст — означає не «природні», а змодельовані симптоми, вказівки і позначення, наприклад, використання букв, скорочень та інших умовних позначень для спрощення пошуку та кодування інформації. До символічних знаків належить мовлення, цифри, власні імена, назви предметів і понять. Їх значення вважають результатом суспільної згоди, конвенції [6, с. 8–9]. Засоби комунікації мають велику кількість знакових систем у різних культурах та цивілізація на різних рівнях суспільного розвитку. Кожен вид засобів масової комунікації має своєрідні системи знаків, і, відповідно, свій вплив на масову свідомість. Ефірне мовлення характеризується використанням, як правило, суб'єктних візуальних знаків (міміка, жести тощо) та звукових суб'єктних знаків (сміх, крик, свист, плач, ритмічно-мелодійні особливості мовлення та ін). Усі ці види знаків поширюються та впливають на реципієнтів природними каналами передачі інформації, зокрема такими як, паралінгвістичний, екстралінгвістичний та кінетичний.

Перш ніж навчитися мовлення, людина виражала свої почуття через *екстралінгвістичний* канал, за допомогою звукових суб'єктних знаків: плачу, сміху, крику тощо. Усі ці системи знаків дійшли до наших днів і доповнюють, а іноді й замінюють вербальну комунікацію, впливаючи на підсвідомість реципієнтів [2, с. 42]

В основі *паралінгвістичного* каналу лежить інтонація — особлива звукова виразність мови. Інтонація (від лат. *intonare* — голосно вимовляти) — ритмічно-мелодійна особливість мовлення, різні співвідношення кількісної зміни тону, тембру, інтенсивності, довготи звуків, які служать для передачі змістових і емоційних відмінностей висловлювань. За допомогою інтонації у потоці мовлення виділяють фрази і їхні змістові частини, протиставляють чи зіставляють висловлювання щодо їхньої мети, передають суб'єктне ставлення до висловленого. Інтонація виконує важливі функції: логічні й граматичні, образні, емоційні, стилістичні, естетичні. Вона дає змогу мовцеві свідомо урізноманітнювати виражальні засоби усної мови, передавати тонкі семантичні та емоційні відтінки думки, підтекст, створює своєрідну «музику» усного мовлення, її ритмомелодику, які є знаряддям інтелектуального, емоційного, вольового впливу на слухача [6, с. 176–177]. За конкретним ритмомелодійним тоном закріплено конкретний вид впливу (за силою звуку, характером інтонації та ін.).

Кінетичний канал — це передача інформації без слів, за допомогою жестів, міміки, пластики тіла та наочності. Він впливає на зорове сприйняття інформації. Журналісти-телевізійники особливо повинні враховувати передачу інформації цим каналом.

Мовлення є системою символічних знаків. Слово — різновид знаків, що через звуки передає думку. За кожним словом закріплено певне значення (сигніфікативна функція) кожної мови. Визначивши мову через поняття знака, Ф. де Соссюр через посередництво цього поняття привів її до інших сигніфікативних комплексів. Зокрема від Ф. де Соссюра іде традиція за аналогією до мови розглядати будь-які інші засоби запису й передавання інформації, зокрема ті, що пов'язані з виразовими можливостями жестів, міміки, інтонації, темпу мовлення тощо.

Мову в семіології характеризують як парадигматичну сутність — впорядковану — впорядковану за певним принципом систему. Фонемі і їх позначення в алфавіті, лексичні елементи, зафіксовані у словнику етнічної мови, граматичні форми одного слова, граматичні правила — усе це приклади парадигматичних субсистем, які всі разом становлять макропарадигму мови [4, с. 13].

Механізм мовлення, пише Л. Павлюк, реалізується завдяки синтагматичному порядку — поєднанню елементів парадигми згідно з визначеним структурним принципом. Так із букв складаються слова, із слів — речення. Кожен текст, епізод мовлення — це синтагматична форма існування системи — парадигми. Принцип зв'язку парадигми (сукупності елементів) і синтагми (способу організації елементів) залишається незмінним для знакових систем, що належить різним видам людського досвіду. Відтак, якщо сукупність

знаків невербальної природи і правил їх поєднання є «мовою», то ситуативно зумовлену групу і комбінацію таких знаків цілком природно вважати *текстом*. Так, *текстом* у семіології називають не лише осмислене поєднання речень, а й будь-які комплекси елементів, здатних передавати інформацію. Також у семіотиці прийнято говорити про *мову жестів як комунікативний засіб*, який володіє різноманітними виразовими можливостями [4, с. 14].

Більшість дослідників говорять про неможливість єдиного визначення (дефініції) *тексту*. Відтак, відомий дослідник у галузі лінгвістики тексту Різун В. В. наголошує, що текст — це «явище настільки багатогранне і багатоаспектне, що керуватися лаконічною фразою-дефініцією навіть неприпустимо» [5, с. 13]. Серед дослідників також побутує думка про наявність тексту в розмовному мовленні. «Текст як цілісна комунікативно-виразова одиниця членується за законами, властивими безпосередньо акту мовлення», — вважає Шинкарук В. Д. З погляду функціональної граматики, на його думку, «саме текст є реальним ґрунтом опису граматичних і комунікативних особливостей мовних одиниць, оскільки він детермінує форми у тих чи інших варіантах вияву» [10, с. 2].

Сучасна лінгвістика тексту визнає за розмовним текстом право на існування, хоча це питання залишається теоретично складним: «... поняття розмовного тексту в його цілісності і окремоті виводиться, виходячи з ситуації. Текстом вважається мовленнєвий відрізок, який належить одній, двом або декільком особам і відповідає певній екстралінгвістичній ситуації. Початок і кінець тексту визначається складанням і розв'язанням ситуації, тобто екстралінгвістично» [3, с. 112].

Сіротініна О. Б. одним з критеріїв функціонально-стильового розмежування видів усного мовлення вважає ступінь його текстової організації. «Там, де вона є, — зазначає дослідниця, — ми маємо справу з усною формою одного з функціональних стилів, там, де текстової організації немає, немає і відповідного стилю» [8, с. 28]. Отже, текстова організація ефірного мовлення — це те, що відмежовує його від власне розмовного мовлення. В аналізованих аудіозаписах ефірних програм є ознаки текстової організації: логічна побудова, чіткий поділ на частини, зачин і завершення та ін.

Також поняття «*текст*» використовується у лінгвістиці на позначення будь-якого уривку довільної тривалості, який становить єдине ціле. У сучасному мовознавстві цим поняттям охоплені твори як усної, так і писемної форми. Відомо також, що текст може вивчатись і як процес, і як продукт мовленнєвої діяльності. Отже, *ефірний текст* — це свого роду уривок *ефірного мовлення*, який характеризується цілісною єдністю та зв'язністю з урахуванням екстралінгвістичного, паралінгвістичного та кінетичного аспектів.

Ефірний текст є специфічною мовленнєвою побудовою, яка має особливу притаманну їй структуру і власні конструктивні елементи. Ефірний текст — це будь-який мовленнєвий відрізок, будь-яка конкретна послідовність мовних знаків (слів), що виникає в результаті мовленнєвого акту (мовленнєвих актів).

1. Ділі Дж. Основи семиотики / Дж. Ділі — Л., 2000. 2. Кузнецова О. Д. Засоби масової комунікації: посіб. / О. Д. Кузнецова — Вид. 2-е, перероб. й доповнене — Львів : ПАІС, 2005. — 200 с. 3. Матвеева Т. В. Функциональные стили в аспектах текстовых категорий / Т. В. Матвеева — Свердловск : Изд-во Урал. ун-та, 1990. — 168 с. 4. Павлюк Л. С. Знак, символ, міф у масовій комунікації / Л. С. Павлюк — Львів : ПАІС, 2006. — 120 с. 5. Різун В. В. Аспекти теорії тексту: нариси про текст. Теоретичні питання комунікації і тексту / В. В. Різун, А. І. Мамалига, М. Д. Феллер. — К. : РВЦ «Київський ун-т», 1998. — 335 с. 6. Сербенська О. А. Культура усного мовлення. Практикум: навч. посіб. — Львів, 2003. — 212 с. 7. Сербенська О. А. Культура усного мовлення. Практикум: навч. посіб. — К. : Центр навчальної літератури, 2004. — 216 с. 8. Сиротинина О. Б. Стилиевая принадлежность и текстовая организация устной научной речи / О. Б. Сиротинина // Стилистика текста в коммуникативном аспекте: межвуз. сб. науч. тр. — Пермь, 1987. — С. 24–38. 9. Шевченко Л. Ю. Структура ефірного твору / Л. Ю. Шевченко // Наукові записки Інституту ж-ки. — К. : КНУ імені Т. Шевченка, 2003. — Т. 11. 10. Шинкарук В. Д. Дискурсивні висловлення в сучасній українській мові.: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук. / В. Д. Шинкарук — К., 1999. 11. Berger A. Media Analysis Techniques / A. Berger. — Newbury Park, London, New Delhi, 1991.

СЕМИОТИЧЕСКИЕ КАТЕГОРИИ В АНАЛИЗЕ ЭФИРНОГО ВЕЩАНИЯ

Очерчивается современное состояние функционирования и развития эфирного вещания, рассмотрев его в свете анализа семиотических категорий. Осуществляется попытка определить содержание понятий «эфирное вещание», «эфирный текст».

SEMIOTIC CATEGORIES IN THE ANALYSIS OF THE ETHER BROADCASTING

Modern condition of function and development of the ethereal speech is described in the article, examining it in the light of semiotic categories analysis. There is made an attempt to define such terms as an ethereal speech and an ethereal text.

Стаття надійшла 23.09.08

УДК 655.41+087.5

Ю. В. Стадницька

Львівський державний університет внутрішніх справ

МОТИВАЦІЯ ПІДЛІТКІВ ДО ЧИТАННЯ НАУКОВО-ПІЗНАВАЛЬНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Зроблено спробу проаналізувати мотивацію сучасних підлітків до читання науково-пізнавальної літератури. Визначено основні стимули, мотиви, потреби підлітків як читачів пізнавальної книги.

Важливе місце в дозвіллі й розвитку підлітка займає читання. Надзвичайно гостро це питання цікавить психологів, літераторів і бібліотекарів. Сьогодні багато батьків скаржаться на відсутність у дітей інтересу до читання. Більшість з них згадують власне дитинство, коли читати було модно, престижно й цікаво, як книги відкривали двері у новий яскравий світ. Проте сучасні під-