

АКУСТИЧНІ ЗАСОБИ НЕВЕРБАЛІКИ: КОМУНІКАТИВНИЙ АСПЕКТ

Ярослав Ткач

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
буль. Генерала Чупринки, 49, 79044, м. Львів, Україна,
e-mail: yaroslav.tkach@ukr.net*

Охарактеризовано акустичні засоби невербального спілкування як важливого компоненту комунікативної системи. Окреслено особливості декодування знаків-символів у процесі мовленнєвої діяльності за допомогою голосових характеристик. Звернено увагу на символічне навантаження окремих семіотичних конструкцій, знакових синтагм, поведінкових імпульсів та сигналів, які конструюють телевізійний текст.

Ключові слова: невербальне спілкування, акустичні засоби спілкування, телевізійна комунікація, семіотичні категорії, усність, голос, слухання, мовчання.

Поняття телевізійної комунікації – багатоаспектне. Телевізійну культуру сучасні дослідники інтерпретують як явище синкретизму [1], отже, телебачення в системі сучасних поглядів розглядають як “важливий чинник емоційної взаємодії трьох основних елементів – зображення, звуку та слова” [20, с. 4]. З розвитком телебачення, як унікального виду аудіовізуальної творчості, зросла потреба у використанні здобутків науки про знакові системи, які у вигляді закодованих ідей та значень формують наш інформаційний простір. Комунікативна культура телебачення, з огляду на його семіотичну природу, вимагає від журналіста не лише досконало володіти усною мовою, а й вміти розшифрувати невербальні повідомлення, які закодовані у вигляді специфічних знаків. Адже саме декодування елементів поведінкового тексту мовців сприяє ефективній комунікації, зокрема налагодженню діалогу між співрозмовниками в процесі інтеракції.

Матриця комунікативного процесу є складною структурованою системою. Елементи невербального коду треба розглядати як потужний інформаційний сегмент комунікаційних зв’язків. Мовці, продукуючи та інтерпретуючи дискурс, актуалізований мовними засобами, конструюють власну картину світобачення, яку декодує глядацьке середовище. Маємо підставу говорити про те, що усний текст, доречно обрамлений невербальними засобами спілкування, є значно інформативнішим, позаяк репрезентує комунікативні наміри мовця, додає висловлюванню експресивних відтінків, виконує, крім усього іншого, функцію естетизації тексту. Невербальну (несловесну) комунікацію у сучасній науковій думці трактують як систему знаків, що їх використовують у процесі спілкування; вони відрізняються від мовних відповідною формою виявлення. За визначенням науковців, “невербальні засоби спілкування – елементи комунікативного коду, які мають немовну (але знакову) природу і разом із засобами мовного коду служать для створення, передавання і сприйняття повідомлень” [4, с. 59].

Як стверджують дослідники, “приблизно 55 % інформації ми отримуємо від невербальних знаків, які супроводжують мовленнєвий контакт (міміка, жести), 38 % дають голос, висота тону, тембр і тільки 7 % – зміст сказаного” [28, с. 44]. Класифікуючи оптичні та акустичні засоби спілкування, серед акустичних виділяють екстралінгвістичні (сміх, плач, зітхання, кашель, паузи) та просодичні (темп, тон, тембр, висота, манера мовлення, спосіб артикуляції). Проте таку класифікацію не можна назвати вичерпною; поки що науковці пропонують переважно власні підходи до визначення та інтерпретації концептуальних складників поняття невербаліка. Приміром, у посібнику професора О. Сербенської [22, с. 21] виокремлені такі невербальні засоби спілкування: 1) *оптичні*: жести, міміка, поза, хода, контакт очей, одяг, косметика; 2) *акустичні*: темп мовлення, тембр голосу, висота голосу, сила голосу, паузи, інтонація; 3) *тактико-кінетичні*: дотик, потиск руки, поцілунок; 4) *ольфакторні*: запах тіла, запах косметики; 5) *просторово-часові*: відстань між співбесідником, тривалість контакту, ступінь пунктуальності в часі.

Отже, синтезуючи основні посили теоретиків щодо дослідження невербалістики, можемо констатувати, що поняття невербальної комунікації надзвичайно складне. Такий висновок детермінується не лише дефінітивними контроверзами, але й відмінностями в класифікації видів невербальних засобів спілкування. Доречним буде узагальнене твердження професора Ф. Бацевича, який стверджує, що “існують різні типології невербальних засобів спілкування, оскільки вони витворюються і сприймаються різними сенсорними системами: зором, слухом, тактильними відчуттями, смаком, нюхом, а також з урахуванням того, коли відбувається спілкування” [4, с. 59].

Принагідно зазначимо, що у процесі комунікативної взаємодії важливого значення набуває концепт усності, який є ключовим у контексті інтерпретації акустичних компонентів невербальної комунікації. На нашу думку, ця жива субстанція, яка акумулює в собі когнітивні процеси нашого буття, в т. ч. способи кодування інформації, сакралізує слово, одухотворює його, надає йому нових барв та інтерпретацій. Зазначимо, що категорію усності вивчало чимало науковців. Професор О. Сербенська розглядає це поняття як категорію культури, підкреслює його надзвичайно важливе місце в системі гуманістичних цінностей, стверджує, що “сьогодні є всі підстави говорити про те, що звукова мова має надзвичайно важливе значення в активізації біоритмів національного інстинкту, для зміцнення психофізичної структури національного типу, для мобілізації суспільства на основі етнонаціоналізму” [24, с. 45]. Звертаючи увагу на категорії слухання та мовчання, окреслюючи основні властивості звукового мовлення, його темпоритми та модуляції голосу, науковець наголошує на комунікативній специфіці живого слова. Як стверджує дослідниця, “лише в мовленому слові слухач, який має здатність “чути”, відчує іронію, зухвалість, самовпевненість, зверхність, роздратованість, байдужість, зневагу, гнів, докір, зневіру, лицемірство, лукавство, а чи приязнь, співчуття, привітність, доброзичливість, товариську прихильність” [24, с. 44]. Адже “вічна проблема людського спілкування – це здатність реалізувати не лише свої природні можливості говорити, а й слухати, долати бар’єри, щоб чути сказане. У Святому Письмі кілька разів акцентовано увагу на тому, що між процесами *слухати і чути*, як і *дивитися та бачити*, часто виникає дисбаланс, що є суттєвою комунікативною перешкодою не лише для сприйняття інформації, а й для ефективного пошуку та пізнання

істини (Мат.13)” [24, с. 45]. У цьому ключі надзвичайно важливого значення набуває категорія “слухання”. “Слухання – не просто мовчання, а активна діяльність, своєрідна робота, їй передує бажання почути, інтерес до співрозмовника. Те, як людина реагує на повідомлення іншого, залежить від рівня її моральності, її культури” [27, с. 101].

Поряд з категорією “слухання” важливого значення набуває концепт “мовчання”, який також відносять до комунікативної поведінки людини. За висловом М. Бахтіна, часто “мовчання є продовженням бесіди”. Як стверджує Г. Крейдлін, “воно буває двох типів, які треба розглядати з функціонального, семантичного і прагматичного боку... До першого типу належить мовчання з парамовними і жестовими заповненнями, до другого – мовчання з цілковитою відсутністю голосових звуків” [10, с. 74]. Можемо стверджувати, що концепти слухання та мовчання – це своєрідні комунікативні феномени, в семантичному полі яких закодовано широкий спектр інформативних знаків, адже “не лише активна діяльність, а й бездіяльність, слова й мовчання – усе цінне в спілкуванні” [9]. З огляду на це, мовчання та слухання займають чільне місце в системі невербальних засобів мовлення. Власне семантика цих концептів виражає конкретні смислові коди, які є носіями певної інформації. Приміром, автор і ведучий програми “Портрети” на 5 каналі, тележурналіст Сергій Дорюфєєв, узагальнюючи основні аспекти своєї роботи, стверджує, що “завдання портретного інтерв’ю – показати людину. *Щоб розкрити її особистість, треба не лише слухати, що вона говорить, але й уловлювати те, про що вона мовчить.* У цьому може критися вся її сутність” [15]. Необхідно навчитися сканувати емоції свого співрозмовника. Однак, для цього, на нашу думку, потрібно володіти мистецтвом читання поведінкового тексту людини.

Варто зазначити, що значну роль у вивченні мовної особистості українця відіграв Іван Франко. “*Франкове унікальне слухове вухо сприймало не лише що говорять, але і як говорять, ловило інтонаційні особливості, переливи голосу, схоплювало загальну манеру говоріння*; вони фіксувалися в пам’яті, і вже згодом, пишучи про певну особу, письменник відтворював деталі її мовної поведінки, просодичні засоби, підкреслював найбільш характерне” [23, с. 59] – пише у своїй праці “Мовний світ Івана Франка” О. Сербенська.

Хорошим зразком, який увібрав в себе вібрації мовленого слова, є праця індійського філософа та музиканта Х. І. Хана “Містицизм звуку” [26]. Автор говорить, що на початку створення людства не існувало такої мови, яку ми маємо зараз, а була лише музика. Спочатку людина виражала свої думки і почуття низькими або високими, короткими або протяжними звуками. Він стверджує, що голос вказує не лише на характер людини, а також виражає її дух. Окрім цього, наголошує, що вухо повинно бути натренованим, щоб розрізняти тон, слово, приховане в ньому значення; вміти дізнаватись із смислу слів і тону голосу чи це правдиве слово, чи фальшива нота; ... людина повинна знати, яким саме тоном необхідно виражати конкретну думку або почуття, і яким голосом;... існує дев’ять різних аспектів почуттів, кожний з яких має конкретний спосіб вираження [26]. Розкриваючи містицизм тембру і тональності, висоти і сили голосу, ритму, тону, темпу мовлення, автор, використовуючи філософський підхід, оперуючи категоріями музики як джерела вібрації звуку, відкриває перед нами нові сторони можливостей людського голосу. Синтезуючи науку, мистецтво, філософію, Х. Хан розкриває перед нами широку палітру людських емоцій, які можна ідентифікувати, кодувати через якості голосу людини.

Ми назагал звертаємо увагу на акустичні засоби невербальної комунікації, які довершують звуковий образ у свідомості реципієнта. Якщо на телебаченні домінує картинка, то на радіо – звук, який пробуджує у свідомості асоціативне мислення. Відтак, кожна пауза, наголос тощо є надзвичайно інформативними. В. Бабенко зазначає, що “сприйняття мовлення на слух вимагає більшої уваги, ніж одночасне сприйняття на слух і зір, і швидше надходить до головного мозку” [2, с. 204]. Як стверджують деякі дослідники, “поєднання слухового та зорового впливу на радіо дозволяє передавати інформацію на рівні образів. На радіо варто передовсім активізувати (за допомогою усної мови, шумів, музики, монтажу, невербальних мовних засобів: тону, темпоритму, паузи, тембру, наголосу тощо) свідомість аудиторії для того, щоб вона самостійно відтворила повідомлене” [7]. Власне невербальні інтонаційні компоненти усного мовлення доповнюють і уточнюють вербальне спілкування.

Безперечно, основним інструментом в арсеналі фаховості тележурналіста є мова. Як ми зазначали, ця категорія включає як уміння гарно, правильно говорити, так і вміння володіти пара- та екстралінгвістичною системою: тембром, інтонацією, паузами, підсиленням та зниженням голосу, дикцією. Тобто, екстралінгвістична знакова система — це включення в мову пауз, інших нелінгвістичних компонентів (покашлювання, сміх), темп мовлення. Кожен із цих компонентів по-різному впливає на сприйняття проголошеної інформації та зокрема особистості, яка закодує у словах-знаках певний зміст. Загальноприйнятним є твердження, що значний комунікативний потенціал має голос як інструмент спілкування, джерело інформації, засіб впливу. Він наділений унікальними можливостями щодо передавання інформації, сигналів, не обмежених словесним змістом.

Щодо мовленнєвого голосу ведучих на телебаченні та радіо, як стверджують науковці О. Сербенська та В. Бабенко [21, с. 52], то він сприймається як переконливий, коли йому властиві:

1. Різноманітні тональні контури з широким, але з відповідним для обраного жанру частотним діапазоном.
2. Інтенсивність мовлення має бути досить значною, насиченою. Коли немає належної інтенсивності, мовлення стає млявим, нецікавим.
3. Кількість пауз, їх тривалість повинна визначитися значущістю окремих слів фрази.
4. Враховується часовий об’єм людської пам’яті (від 4 до 10 секунд), рекомендуються при членуванні мовлення на синтагми та фрази не перевищувати цього часу.

Неабияке значення також має вміння володіти *голосовою палітрою* – доречністю та природністю пауз, впевненим приємним тембром, інтонаційною забарвленістю. Журналісти, які працюють перед камерою, насамперед повинні розвивати на практиці різні параметри інтонації. “Інтонація – ритмічно-мелодійна особливість мовлення, різні співвідношення кількісної зміни тону, тембру, інтенсивності, довготи звуків, які слугують для передачі змістових і емоційних відмінностей висловлювань. Інтонацію творять: а) підвищення і зниження голосу, б) паузи, в) наголоси (логічні, психологічні, емоційні, ритмічні)” [22, с. 176]. Великий універсальний словник української мови трактує поняття інтонації так: “... тон, манера вимови, що виражає почуття, ставлення до предмета висловлення; основний структурний, комунікативний та виразний засіб мови” [6, с. 280].

“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” [22, с. 176–177].

Як стверджує Я. Радевич-Винницький у своїй праці “Етикет і культура спілкування”, “інтонації як виражальному засобові усного мовлення належить дуже істотна роль. Наприклад, фразу *Дякую!* можна вимовити м’яко або грубо, тепло або холодно, сором’язливо або безпардонно, відкрито або скрадливо тощо. Якщо ця фраза прозвучить іронічно, глузливо, схибно, то на адресата така інтонація справить більше враження, ніж зміст слова *дякую*” [19, с. 55]. Інтонація забезпечує структурну цілісність висловлювання, слугує засобом експресивізації, інтимізації тексту, індикатором правдивих почуттів та думок. За її допомогою у потоці мовлення виділяють фрази та їх змістові частини, передають суб’єктне ставлення до висловленого. Поза інтонацією слово не має змісту, воно втрачає свої барви, правдиві інтерпретації, естетичне обрамлення; слово застигає в бутті.

“Інтонація як форма емоційно-вольового відношення того, хто говорить, до предмета мовлення та слухача, виражена у фізичних характеристиках звуку та зумовлена видом спілкування, метою, характером, особливостями мовного контакту, ситуацією комунікативного акту, є одним із найважливіших засобів передачі думок і почуттів, виражає не лише емоційно-експресивний стан, а й несе змістове та смислове навантаження. За її допомогою можна завоювати довіру слухачів або викликати відразу до передачі. Інтонація завжди має бути доречною, відповідати змісту повідомлення, не вступати з ним у суперечність” [7]. Відтак саме *інтонація слугує засобом досягнення комунікативної мети*.

До компонентів інтонаційного оформлення мовлення також належать: *тон, ритм, мелодика, темп мовлення, психологічні та логічні паузи, тембр голосу, логічний та фразовий наголос* [7].

Суттєвою ознакою обдарованості тележурналіста, особливо диктора, його професіограмою є здатність діяти у темпоритмі, який відповідає змістові та стилістиці інформації.

Зміна висоти та сили голосу (модуляція голосу) допомагає втримувати увагу слухачів, а вміння підпорядковувати свій голос усім тонкошам і багатству творчого задуму автора – ознака професійності справжнього радіо- чи тележурналіста [7].

“Голос підвищують тоді, коли ставлять запитання, висловлюють нерішучість або ж сумнів. Якщо ж треба висловити рішучість, довір’я, переконання в необхідності зробити якусь справу чи відповісти на запитання, то висота голосу падає” [14, с. 67]. Приміром, в одній із програм Остапа Дроздова “Прямим текстом” (грудень, 2013 р.) ми спостерігали за невербальним мовленням Петра Порошенка. Примітно, що політик добре розставляє логічні наголоси у своїх висловлюваннях. Щоб надати їм переконливості, акцентувати на потрібних словах, він підвищує силу голосу. Коли йшлося про одну з вимог Майдану – підтримку очільниками держави Євроінтеграції, Петро Порошенко, підвищуючи голос, зазначив: “... *їдеться не про географічний напрям*,”

а про модернізацію країни; люди продемонстрували, що вони хочуть не просто зміни влади, вони хочуть зміни країни, зміни системи...” [17]. Загалом більшість жестів, які демонстрував під час ефіру політик, доповнюють його вербальне мовлення, окрім цього виражають силу його характеру, експресію думки, вібрацію душі.

Швидкість мови, як відомо, значною мірою залежить від темпераменту. Якщо у людини дуже швидкий темп мови, це свідчить або про її імпульсивність, пожвавленість, впевненість у собі, або про несміливість, невпевненість саме в цій ситуації. Спокійна й повільна мова є ознакою вдумливості, поміркованості. Якщо темп поступово уповільнюється, це є сигналом про те, що людина втомилася, замислилася, втратила впевненість. Той, хто хоче говорити переконливо, щоб вплинути на інших, намагається дещо сповільнити свою мову. Але все ж треба залишатися в межах природного діапазону свого голосу, бо можуть подумати, що особа виявляє нещирість і хитрує [27, с. 118].

Темп мовлення залежить не лише від темпераменту адресанта та його орієнтації на адресата. За словами Я. Радевича-Винницького, “темп треба модулювати і залежно від змісту мовлення, приміром, важливіші слова доцільно вимовляти повільніше. Неоднакового темпу вимагають різні стилі і жанри мовлення, різні складові комунікативної ситуації «чому-для чого-коли-де» [19, с. 56]. Загалом, фахівці не рекомендують користуватися ані занадто повільним, ані занадто швидким темпом. У першому випадку слухачі починають нудьгувати, а в другому – не можуть належно стежити за змістом того, про що мовиться. Найкраще, коли мовець періодично міняє темп мовлення. Те, що в процесі спілкування надзвичайно важливими є темп та зокрема інтонація розмови, переконує і Сергій Дорофєєв. За словами тележурналіста, якщо темп мовлення ведучого і співрозмовника дисонуватимуть, інтерв’ю не вийде. “У Любомира Гузара кожне слово є неспішним, але вагомим і переконливим, а кожна пауза настільки інформативною, що без неї розмова була б не такою змістовною” [15], – наводить приклад Сергій Дорофєєв. Окрім цього, за його словами, питання потрібно ставити в такому темпі і з такою інтонацією, в яких відчувається повага до гостя. Телеведучий запевняє, що успіх чи невдача інтерв’ю залежать лише від інтерв’юера. Аналізуючи інтерв’ю з Сергієм Дорофєєвим, в яких вже сам телеведучий перебуває в ролі інтерв’юованого, ми бачимо, наскільки важливим компонентом комунікативної діяльності журналіста є невербальне мовлення. Зокрема, розповідаючи про те, з якими людьми ведучий мріє провести інтерв’ю (а це – Ларрі Кінг, Володимир Познер), С. Дорофєєв наголошує, що йому було б цікаво радше не те, що вони відповіли б на питання, а те, якою є “міміка, погляд, інтонації, паузи...” [12] (додамо, що Сергій Дорофєєв таки візьме у Володимира Познера інтерв’ю в “Портретах...”).

“Гучність голосу, особливо динаміка його змін – важливий акустичний засіб кодування невербальної інформації. Так, для печалі характерна низька гучність голосу, а для гніву – підвищена. Велика гучність голосу поєднується з вираженою спонукальною силою вислову і часто служить засобом вплинути на співбесідника” [16, с. 130]. “Говорити голосніше буває легше, якщо одночасно підвищувати частоту” [13] (це і є розмова “на підвищених тонах”). Якщо підвищення тону перевищує допустимий рівень для конкретного партнера, то це сприймається як замах на особисту гідність. “Мала гучність голосу в процесі спілкування найчастіше асоціюється у слухачів із стрима-

ністю, скромністю, браком життєвої сили” [13]. “Найбільш ефективною в практиці ділової комунікації визнана тактика постійної зміни гучності голосу. Часто слово, вимовлене тихим голосом на тлі гучної мови, привертає до себе більшу увагу, ніж слово, посилене криком” [8, с. 64].

Надзвичайно інформативними в процесі мовленнєвої діяльності є *паузи*. Тетяна Космеда ще називає їх “дискретними одиницями мовчання” [9]. Пауза може упорядкувати вислів, привернути увагу до найважливішої інформації. Кожна доречна пауза, зокрема на телебаченні, є своєрідним символом, у якому закодовано широкий спектр різноманітних ідей та значень.

Як зазначають дослідники, “голосові характеристики – найважливіший чинник формування образу журналіста. Журналіст або володіє своїм голосом, або стає його жертвою” [11]. Приміром, у телеведучого Сергія Дорофєєва добра вимова, гарний тембр голосу, виразна інтонація. Кращому сприйняттю повідомлення, більшій концентрації уваги глядачів допомагає модуляція голосу, тобто зміна його висоти й сили. У Сергія Дорофєєва приємний, добре поставлений голос. Йому притаманний середній темп мовлення, що добре сприймається як гостями, так і глядачами.

Ведучий прекрасно володіє своїм голосом. Добре розставляє акценти у своїх повідомленнях, у висловлюваннях, робить правильні логічні наголоси, коли намагається донести інформацію до співрозмовника. Окрім цього, доречними у нього є паузи. Інколи він підвищує силу голосу, що поєднується з вираженою спонукальною силою вислову і часто слугує засобом вплинути на співбесідника.

“Плутана, переривиста мова, як правило, указує на хвилювання, нервово-психічну напругу. Коли людина говорить на важкі для себе теми, вона часто неправильно будує фрази. Чим більш переривиста мова, чим більше в ній зупинок, назалізація (е... е... е...), слова-паразити (“значить”, “так би мовити” і тому подібне), тим більше некомпетентним він здається тим, хто слухає” [16, с. 131]. До прикладу, в одній з програм “Портрети із Сергієм Дорофєєвим” (листопад 2012 р.), коли ведучий запропонував своїй гості Ганні Герман глянути на екран, щоб згадати фрагмент телепередачі з її участю роком раніше, ми спостерігали цікаву картину. На питання журналіста вона відповідала таким чином: “як вам всього в 27 років вдалось стати членом правління Союзу журналістів СРСР? – Я дуже фортюва. – Зараз, ви вважаєте, вам також фортить?” [18]. Після цього запитання Ганна Герман, часто зупиняючись, відповіла: “Мене любить Бог...” [18]. Дослідники стверджують, що плутана переривиста мова береться за спробу обдурити партнера. Але в цьому випадку, на нашу думку, пані Герман не очікувала такого запитання, оскільки в такому контексті воно було для неї не надто приємним. Можливо, вона і не роздумувала над тим, що треба збрехати, бо і часу для таких роздумів не було, однак її природні імпульси (переривиста мова) свідчать про те, що Ганна Миколаївна все ж сказала неправду.

Натомість “ритмічний говір (рівне перетікання слів) асоціюється в уявленні слухачів із врівноваженістю, гарним настроєм співбесідника, багатством відчуттів” [8, с. 64].

“Сміх розглядається як універсальний засіб для зняття напруги в спілкуванні. Відкритий, природний сміх (сміх з широко розкритим ротом) демонструє радість, задоволення, схвалення” [8, с. 64]. Сміх, що знімає напругу, розряджає обстановку, най-

частіше відображає природну реакцію на щось веселе, комічне, він не спрямований на демонстрацію свого ставлення до партнера. Демонстративна реакція може супроводжуватися уїдлигим, знущальним, злорадним, іронічним, цинічним, збентеженим сміхом.

“Зітхання, стогони, покашлювання також є звуками, що “говорять”. Їх роль в спілкуванні зводиться, перш за все, до виразу певних станів (безвихідності, нетерплячості, невдоволеності тощо)” [16, с. 132].

В одній із програм “Портрети” (лютий, 2012 р.), в якій брав участь екс-президент України Віктор Ющенко, ми спостерігали, як ведучий насуплює брови і примружує очі, злегка іронічно усміхається, зітхає і т. д., тим самим демонструючи своє незадоволення, нетерпеливість, дає зрозуміти, що не такої відповіді він чекає, що все, про що говорить його співрозмовник, не стосується його запитання.

Загалом, В. Гоян констатує, що “низький рівень мовленнєвої культури на телебаченні (не лише інтонаційні чи орфоепічні параметри, а й професійне володіння тележурналістом голосовим та мовним апаратом) дослідники аудіовізуальної журналістики пояснюють причиною “практичної відсутності прикладів бездоганного професійного мовлення, тобто професійних зразків якості та мовленнєвих стандартів” [5, с. 228].

На думку дослідниці мовного аудіовізуального простору України Н. Д. Бабич [3, с. 333], кожен ведучий повинен уміти:

- 1) читати художньо, тобто читати художні тексти напам’ять або з книги, зберігаючи особливості стилю автора, правдиво і яскраво відтворюючи його творчий задум, колорит епохи тощо;
- 2) читати чи промовляти кожен текст відповідно до його стильових, жанрових і колоритних особливостей (публіцистичний, науковий, офіційний, діловий, художній стилі);
- 3) виразно розповідати матеріал свого предмета, власні спогади, роздуми, спостереження, враження та ін.;
- 4) уміти говорити взагалі — вільно, просто (невимушено), доречно, точно, володіти багатством словника, звертати увагу на архітектоніку тексту, інтонації та ін.

На думку науковців, “ефірне мовлення, на відміну від писемного, розраховане на голосову і 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” [25, с. 68]. Отже, “мовлення є системою символічних знаків. Слово – різновид знаків, що через звуки передає думку” [25, с. 70].

Загалом, кожна телевізійна програма є цілісною семіотичною структурою, в основі якої лежить знак, символ, декодування яких несе додаткову інформацію про суб’єктів телевізійного дискурсу, окреслює малюнок їхньої поведінки. Поведінковий текст комунікантів є “лакмусовим папірцем”, який проявляє їх правдиві емоції, приховані думки, почуття.

Кожна публічна людина (і не лише) – чи це політик, музикант, журналіст – є носієм певного культурного коду. Щоб комунікація була успішною, необхідно не лише стежити за своїм усним мовленням, працювати над власним іміджем, а й виробляти грамотний, “читабельний” поведінковий текст. Лише дотримання сукупності цих умов може стати запорукою вдалого ефіру.

Дослідження невербалістики, зокрема акустичних засобів невербальної комунікації як семіотичних категорій дає змогу всебічно розкрити фізіологічні, психофізіологічні та фізичні потенції людини, окреслити правдиві інтонації, визначити їхню провідну роль у контексті досягнення комунікативної мети.

Список використаної літератури

1. Бабенко В. Семіотичний інструментарій в комунікативній стратегії українського телебачення : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня кандидата наук із соціальних комунікацій : спец. 27.00.06 “прикладні соціально-комунікаційні технології” / В. Бабенко. – К., 2008. – 20 с.
2. Бабенко В. Семіотико-синергетичний аспект ефірного мовлення / В. Бабенко // Теле- та радіожурналістика. – Львів, 2011. – Вип. 10. – С. 203–210.
3. Бабич Н. Практична стилістика і культура української мови: навч. посібник / Н. Бабич. – Львів : Світ, 2003. – 432 с.
4. Бацевич. Ф. Основи комунікативної лінгвістики: підручник / Ф. Бацевич. – К. : Академія, 2004. – 344 с.
5. Гоян В. Журналістська творчість на телебаченні : монографія / В. Гоян. – К. : Видавничо-поліграфічний центр “Київський університет”, 2011. – 319 с.
6. Загоруйко О. Великий універсальний словник української мови / О. Загоруйко. – Харків : ТОРСІНГ ПЛЮС, 2010. – 768 с.
7. Ковтун О. Акустичні характеристики сучасного радіодискурсу: інтонаційний аспект [Електронний ресурс] / О. Ковтун // Електронна бібліотека Інституту журналістики. – Режим доступу: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2168>
8. Константинова Н. Художественно-педагогическое общение в профессиональной деятельности педагога-музыканта / Н. Константинова // Культура, искусство, художественное образование: состояние, проблемы, перспективы. – Барнаул, 2011. – С. 61–68.
9. Космеда Т. Комунікативна компетенція Івана Франка та особливості його риторики [Електронний ресурс] / Т. Космеда. – Режим доступу: http://www.lnu.edu.ua/faculty/Philol/www/vydannia/Ivan_Franko_zbirnyk_2010_t02/09Tetyana_Kosmeda.pdf
10. Крейдлин Г. Невербальная семиотика: Язык тела и естественный язык / Г. Крейдлин. – М. : Новое литературное обозрение, 2002. – 592 с.
11. Куліченко А. Невербальна комунікативна поведінка та її компоненти : з історії питання [Електронний ресурс] / А. Куліченко. – Режим доступу до статті: <http://www.google.com.ua/url?sa=t&gct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&>
12. Куцай Я. “Правила життя” Сергія Дорофєєва [Електронний ресурс] / Ярослав Куцай. – Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/13042>
13. Леймонченко Г. Роль невербального коду в процесі комунікації [Електронний ресурс] / Г. Леймонченко, В. Унукович. – Режим доступу: http://www.krippa.ru/files/zb/2010_%202.pdf
14. Микитюк М. Риторика. Курс лекцій : навч. посібн. / М. Микитюк. – Харків, 2004. – 153 с.
15. Наумець І. Сергій Дорофєєв: В інтерв’ю ставте запитання, за які вам завтра не буде соромно [Електронний ресурс] / І. Наумець. – Режим доступу: <http://www.redactor.in.ua/personas/6101.html>
16. Николаева Ж. Основы теории коммуникации : учебно-методическое пособие / сост. Ж. Николаева. – Улан-Удэ: ВСГТУ, 2004. – 274 с.
17. Офіційний сайт телеканалу ЗІК [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zik.ua/tv/>
18. Офіційний сайт 5 каналу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.5.ua/>
19. Радевич-Винницький Я. Етикет і культура спілкування / Ярослав Радевич-Винницький. – Львів, 2001. – 225 с.
20. Светлана С. Телевизионная речь. Функции и структура / С. Светлана. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1976. – 150 с.

21. Сербенська О. Основи телетворчості : практикум / О. Сербенська, В. Бабенко. – Львів : ПАІС, 2007. – 112 с.
22. Сербенська О. Культура усного мовлення / О. Сербенська. – Практикум : навч. посібник. – Львів : Видавничий центр ЛНУ ім. І. Франка, 2003. – 212 с.
23. Сербенська О. Мовний світ Івана Франка. Статті, роздуми, матеріали : монографія / О. Сербенська. – Львів : В-во ЛНУ ім. Івана Франка, 2006. – 372 с.
24. Сербенська О. Усне мовлення як категорія культури / О. Сербенська // Вісник НТШ. – Львів. – Ч.50. – 2013. – С. 44–47.
25. Скочинець О. Семіотичні категорії в аналізі ефірного мовлення / О. Скочинець // Поліграфія і видавнича справа. – 2008. – № 2. – С. 67–72.
26. Хан И. Мистицизм звука [Електронний ресурс] / И. Хан. – Режим доступу: <http://lib.ru/FILOSOF/SUFI/HIDAYAT/hazrat.txt>
27. Етика ділового спілкування : курс лекцій / [Т. Чмут, Г. Чайка, М. Лукашевич, І. Осечинська]. – 2-ге вид., стереотип. – К. : МАУП, 2003. – 208 с.
28. Яцимірська М. Культура фахової мови журналіста / М. Яцимірська. – Львів : ПАІС, 2004. – 332 с.

Стаття надійшла до редколегії 10.09.14

Прийнята до друку 12.09.14

NONVERBAL ACOUSTIC MEANS: COMMUNICATIVE ASPECT

Yaroslav Tkach

*Ivan Franko National University of Lviv,
Generala Chuprynky Str., 49, 79044, Lviv, Ukraine,
e-mail: yaroslav.tkach@ukr.net*

In article has been characterized acoustic means of nonverbal communication as an important component of the communication system. Has been outlined the peculiarities of decoding signs and symbols in the process of speech activity using voice characteristics. It was indicated that voice characteristics, including tone and intonation components complete the audio image in the mind of the recipient. Author has paid attention to symbolic loading of semiotic structures, indication syntagm, behavioral impulses and signals that construct television text. Considered oral category – a key concept in the context of the interpretation of acoustic components of nonverbal communication. Speakers, producing and interpreting the discourse, which actualized language means, construct their own understanding of the world, which decodes the viewers' environment. The spoken text is framed by non-verbal means of communication is greatly informative, cos represented communicative intentions of the speaker, gives utterance of expressive colors, performing, among other things, the function of aesthetic text. It is emphasized that the research acoustic means of nonverbal communication as semiotic categories allows fully disclose the physiological, physiological and physical potency of human to outline true intonation determine their leading role in the context of achieving communicative goals.

Key words: nonverbal communication, acoustic means of communication, televisional communication, semiotic categories, orality, voice, listening, silence.