

МОВА І ЗМІ

УДК 007 : 304 : 070

Христина Дацишин

канд. філол. наук, доц.,

Львівський національний університет імені Івана Франка,

доц. кафедри мови засобів масової інформації,

chrystia@ukr.net

МОЖЛИВОСТІ ПРЯМОЇ МОВИ У ВІДТВОРЕННІ УСНОГО МОВЛЕННЯ В ДРУКОВАНОМУ МЕДІАТЕКСТІ

© Дацишин Христина, 2018

Досліджено можливості прямої мови у відтворенні усного мовлення в друкованому медіатексті. Пряма мова і слова автора, які її супроводжують, сприяють наближенню реципієнта тексту до безпосередньої ситуації усної комунікації. Пряма мова передає зміст повідомлення; відтворює характер та емоційний стан мовця; лексичні та синтаксичні особливості його мовлення. Слова автора можуть констатувати сам факт мовлення; маркувати репліку як питання чи відповідь, початок, продовження чи доповнення розмови; називати ширшу комунікативну мету мовлення; вказувати на характер уведення репліки в діалог; називати емоцію; описувати міміку чи жестикуляцію мовця; зазначати спосіб мовлення, тон і гучність голосу; описувати дії мовця; подавати оцінку змісту мовлення. Пряма мова робить друкований медіатекст живим, динамічним, поліфонічним.

Ключові слова: друкований медіатекст, комунікація, вербальні і невербальні компоненти комунікації, пряма мова, слова автора.

Khrystyna Datsyshyn

OPPORTUNITIES OF DIRECT SPEECH IN REPRODUCTION OF ORAL SPEECH IN PRINTED MEDIA TEXT

Printed media text is a form of written speech, but it often contains the fragments of direct oral communication, reproduced by written means. It may be the dialogue between a journalist and an expert or a publication hero, a commentary, a professional discussion, etc. Part of the information in oral speech may be non-verbalized, it may be transmitted by tone, rate of voice, intonation, gestures, facial expressions, the speaker's position, etc. Printed media text, embodied in newspapers, magazines and online publications, is characterized by the separation from the speaker in time and space; it can cause the difficulties in decoding information. It is important for journalists of printed and online media to recognize the differences between oral and written speech and to look for ways for the best transfer of verbal and non-verbal information.

The author investigates the possibilities of direct speech in reproduction of oral speech in the printed media text. The direct speech and accompanying it the author's words approximate the recipient of the text to the situation of oral communication. Direct speech reproduces the content of the message; reflects the character of the speaker, the lexical and syntactic features of speech, which testify to his emotional state, the specifics of his thinking. The author's words

can ascertain the fact of speech; mark replica as a question or answer, beginning, extension or addition of a conversation; designate the broader communicative purpose of speech; specify the way for entering replica in the dialog; describe emotion, facial expressions or gestures, speech mode, tone and volume of voice; describe the speaker's actions; submit an assessment of the content of the message. The direct speech makes the printed media text alive, dynamic, and polyphonic.

Key words: printed media text, communication, verbal and nonverbal components of communication, direct speech, author's words.

Постановка проблеми. Друкований медіатекст є формою писемного мовлення, однак часто він містить фрагменти безпосереднього усного спілкування, відтворені писемними засобами; це може бути діалог журналіста з експертом чи героєм публікації, коментар експерта, свідка чи учасника події, професійна дискусія тощо.

В усному мовленні, на відміну від писемного, частина інформації може бути не вербалізованою, передаватися тоном, темпом голосу, інтонацією, жестами, мімікою, позою мовця тощо. Для журналістів друкованих та інтернет-видань важливо усвідомлювати ці відмінності і шукати способів якнайповнішого передавання вербальної та невербальної інформації. Є елементи, які майже неможливо відтворити писемними засобами, адже «мелодика інтонації, у якій вбачають серце й розум живого мовлення, ритмомелодика, переходи з однієї висотної площини голосу в іншу, цікаві голосові регістри, градації, темп, гра темпоритмів, темброві забарвлення, модуляції голосу, невербальні можливості творити підтекст словесної дії – все це виявляється лише в усному мовленні» [6, с. 9]. Однак писемний текст дає досить багато можливостей зберегти, зафіксувати те, що виявляється не в слові, а поза ним, передати невербальне вербальними засобами.

Аналіз останніх досліджень. Аналізу відмінностей між усним та писемним мовленням, зокрема в журналістиці, різною мірою стосуються праці П. С. Дудика [1], В. В. Лизанчука [4], І. Л. Михайлина [5], О. А. Сербенської [6], О. В. Соболевої [7] та ін. На думку О. А. Сербенської, «письмо є вторинним, додатковим щодо усної мови і виникло як спосіб її фіксації. Це лише муміфікований образ усного мовлення» [6, с. 9]. П. С. Дудик зауважує, що «усне мовлення слугує основою для мовлення писемного. Із запису одиниць усного мовлення і починається писемна форма мови, яка завжди репрезентує собою пізніше культурне надбання людини. Отже, писемне мовлення є відображенням усного» [1, с. 108]. О. В. Соболева вивчає, як журналісти шукають нові форми передачі особливостей усного розмовного мовлення та привертання уваги реципієнтів, вдаючись до свідомого порушення загальноприйнятих норм графіки та орфографії, використовуючи різноманітні параграфи в письмовій комунікації [7]. Зосереджуючи увагу на відтворенні писемного тексту засобами усного мовлення, проблему відмінності між усним і писемним словом у журналістиці підкреслює В. В. Лизанчук: «Слово, що звучить, підпорядковується законам усного мовлення. Інтонаційне забарвлення є надзвичайно важливим чинником і здатне суттєво змінити смислове значення написаного слова, а то й надати йому протилежного значення» [4, с. 212]. Незважаючи на значний інтерес науковців до проблем співвідношення усного та писемного мовлення, особливості відтворення усного мовлення в друкованому медіатексті потребують поглибленого вивчення.

Мета статті – дослідити і систематизувати способи відтворення особливостей усного мовлення засобами прямої мови в друкованому медіатексті. Матеріалом аналізу стали тексти газет «День» (Д), «Дзеркало тижня. Україна» (ДТ.УА) та «Високий замок» (ВЗ) за жовтень – грудень 2017 року.

Виклад основного матеріалу. Друкований медіатекст, який втілюється у газетно-журнальних та інтернет-виданнях, характеризується відірваністю від мовця в часі і просторі. Як і будь-який інший писемний текст, він позбавлений «жестів, міміки, інтонації, можливості

додає роз'яснень, доповнень, які забезпечують адекватне сприйняття повідомлення співрозмовником. Текст уже не може сам нічого пояснити в собі, нічого прокоментувати, додати, роз'яснити неясності, виправити неточності. Текст – це скінчене, скрижаніле мовлення» [5]. З огляду на це можуть виникати певні труднощі, пов'язані з декодуванням інформації, адже зовсім по-іншому працюють канали невербального спілкування. Навпаки, «усне мовлення дає можливість максимально чітко висловлювати думку та адекватно її сприймати» [6, с. 9]. Відтворення ситуації та особливостей усного мовлення набуває особливого значення в тих жанрах журналістики, де у фокусі уваги перебуває особистість героя, обставини, в яких відбуваються події. Наприклад, для творчого портрету важливо писемними засобами створити для читача можливість «чути» і «бачити», зберегти і відтворити «індивідуальні особливості мови героя... Писати треба так, щоб читач бачив зображене. Мова повинна литися, як пісня, – вільно і розкуто» [2, с. 77]. Доречним таке відтворення буде в репортажі, який «може будуватися як особисті враження, на підставі побаченого, які, зазвичай, доповнюються розмовами, судженнями й оцінками інших людей» [3, с. 174].

Для автора друкованого медіатексту важливо не тільки створити щонайсприятливіші умови для комунікації з реципієнтом, але й залучити реципієнта до розмови між журналістом і героєм, що передувала написанню публікації, стимулювати активну комунікативну позицію реципієнта; тут можна говорити про «діалогізацію самого процесу спілкування з аудиторією» [3, с. 152], яка може бути реалізована, зокрема, за допомогою внутрішньотекстових засобів. Наблизити писемну форму відтворення мови героя до її усної форми можна введенням фрагментів чужого мовлення, здійсненого за допомогою прямої мови. Прямая мова дає змогу максимально зберегти лексичні, синтаксичні та стилістичні особливості мовлення героя публікації, створити своєрідний ефект присутності. Кожен з компонентів прямої мови є важливим засобом у передаванні вербальних і невербальних елементів усної комунікації. Зокрема, пряма мова в друкованому медіатексті

1) відтворює сам зміст повідомлення;

2) передає характер мовця: *Навіть коли питаєш їх [опішнаниців] про такі конкретні речі, як висаджування моркви, обов'язково почуєш у відповідь: «Та хтозна» чи «аби ж то знати».* (Д. – 20 жовт. – 2017);

3) відтворює лексичні особливості мовлення внаслідок використання розмовних елементів, фразеологізмів, професійної лексики тощо: *«Все своє життя прожила тут, на Донбасі, 44 роки працювала на залізничній станції в Ясинуватій. А тепер ось сиджу біля розбитого корита — і чекаю «з моря погоди»* (Д. – 19 жовт. – 2017) *«Ми допомагаємо всім, хто з села цього потребує. За це мене називають «активісткою»,* – додає жінка (Д. – 19 жовт. – 2017);

4) передає синтаксичні особливості мови, які дозволяють відтворити паузи, обірвані та зредуковані висловлювання, що свідчать про емоційний стан мовця, специфіку його мислення: *А от зараз –останні рази – то на кілька годин ховалися, – відповідає пенсіонерка. І, подумавши, додає. – Я вам так скажу – якщо їхні стріляють, то десь 40 хвилин. Якщо йде від ваших у відповідь... о, то вже надовго, то вже дуже страшно* (Д. – 18 жовт. – 2017);

5) містить вигуки чи окличні речення, що відображають емоційну комунікацію, *Я прошу суд заборонити пані Левчук навіть торкатися вагітних, щоб вона більше не калічила жінок, не робила дітей сиротами! – просила суддів вся у сльозах Ганна Корецька* (ВЗ. – 2017. – 12 жовт.).

Слова автора, які можуть супроводжувати пряму мову, дають змогу відтворити деякі невербальні компоненти комунікації, зокрема

1) констатувати сам факт мовлення (розповідає, розказує, ділиться, говорить): *«Вистава... є унікальним явищем, адже досі ніхто не робив спроби перекласти усмішки Остапа Вишні на мову театру, навіть за його життя», — розказує Мар'яна Леонідівна [онука генія українського сміху Мар'яна Євтушенко]* (Д. – 20 жовт. – 2017);

2) позначати, якою саме реплікою є чужа мова: питанням чи відповіддю, початком, продовженням чи доповненням розмови (відповідає, додає, розпочинає, продовжує): *На запитання, чи правда, що автора надихали деякі знаменитості, Герст відповідає: «Все залежить від вас – чи*

вірите ви» (ДТ. – 2017. – 4–10 лист.); *«Важливо, що зараз є більше уваги до теми захисту тварин», - продовжує учасник маршу* (Д. – 17 жовт. – 2017);

3) називати ширшу комунікативну мету мовлення (заявляє, коментує, обіцяє, уточнює, пояснює, наголошує, перераховує, просить): *«Після спеціального навчання актори розроблятимуть тифлокоментування для усіх вистав», – обіцяє Олександр Фоменко* (Д. – 21 жовт. – 2017); *«А в кращі часи – і до 140 доходило», – уточнює місцева пенсіонерка Галина* (Д. – 19 жовт. – 2017); *Жіночка на сходах пояснила: «У Києві щось не так, тому система і не працює»* (ВЗ. – 2017. – 5 жовт.);

4) вказувати на характер уведення репліки в діалог (раптово перебиває, делікатно втручається): *«Іро, а давай першими організуємо такий конкурс?» – раптово перебиває мене Уляна* (Д. – 20 жовт. – 2017); *«І що ви про це, дівчатка, думаєте?» – делікатно втручаюся у розмову* (ВЗ. – 2017. – 19 жовт.);

5) називати емоцію, яка супроводжує мовлення (обурюється, жартує, вибухнув, буркнув, з єхидством випалив): *«Дівчата, а ну, розвернулися і пішли до хати», – вибухнув директор, який продовжував «відганяти» від мене людей, погрожував зателефонувати до мера і поліції* (ВЗ. – 2017. – 19 жовт.); *«Не маю часу», – буркнув* (ВЗ. – 2017. – 19 жовт.); *«Я взагалі-то і до вас додому не прийшов, – обурився Андрій. – Що за тон і розмова?! Ви на робочому місці»* (ВЗ. – 2017. – 5 жовт.);

6) описувати міміку чи жестикуляцію мовця: *«Моя хата скраю – нічого не знаю, – вигукує з усмішкою. – Нічого говорити не буду»* (ВЗ. – 2017. – 19 жовт.);

7) зазначати спосіб мовлення, тон і гучність голосу *«Покажу-покажу, тільки скажіть, – Валентина Яківна притихла і мало не пошепки спитала. – Мене оце не розстріляють, що я вам інтерв'ю даю? – і вже зовсім тихо уточнила: – Чи «ті», чи... якщо влада зміниться – «ті», показавши в бік Авдіївки та Донецька* (Д. – 18 жовт. – 2017);

8) описувати дії мовця: *«А минулого року якісь кореспонденти, як оце і ви, теж були в мене, з військовими приїжджали, дивилися, як тут живу. Зайшли в дім, а тут ні хліба, ні картоплі, нічого... – жінка починає плакати, за хвилину витирає хустинкою сльози і продовжує: – А я стою і «ліпійошку» печу з якихось висівок»* (Д. – 19 жовт. – 2017);

9) подавати оцінку змісту мовлення: *Пан Малицький слушно стверджує: «У показниках цитованості, включно з індексом Гіриша, є певний сенс, коли ці оцінки використовуються всередині наукової спільноти»* (ДТ. – 2017. – 21 лист.–1 груд.).

Аналіз медіатекстів, однак, засвідчує, що журналісти не завжди використовують багаті можливості прямої мови. Наприклад, у 23 публікаціях рубрики «Україна» інтернет-версії газети «Високий замок» за період від 29 листопада до 1 грудня 2017 року пряму мову використано 74 рази. Слова автора у 55 випадках використання прямої мови (74 %) складаються тільки з імені, прізвища, посади мовця і лексеми «ззначити» (8 разів), «заявити» (7 разів), «розповісти» (8 разів), «сказати» (20 разів), «повідомити» і «наголосити» (по 6 разів), тобто констатовано сам факт мовлення і не подано жодної інформації про спосіб та обставини спілкування. Такий підхід робить друковані медіатексти одноманітними, внаслідок чого знижується ефективність комунікації, текст стає сухим, канцеляризованим, знеособленим, за ним не видно людини, її емоцій, реакцій, комунікативної ситуації тощо.

Висновки. Отже, пряма мова як засіб відтворення усного мовлення в друкованому медіатексті дає змогу наблизити реципієнта тексту до безпосередньої ситуації усної комунікації. Пряма мова не тільки відтворює сам зміст повідомлення; а й відображає характер мовця; лексичні та синтаксичні особливості мовлення, що свідчать про його емоційний стан та специфіку мислення. Слова автора можуть констатувати сам факт мовлення; маркувати репліку як питання чи відповідь, початок, продовження чи доповнення розмови; називати ширшу комунікативну мету мовлення; вказувати на характер уведення репліки в діалог; називати емоцію; описувати міміку чи

жестикуляцію мовця; зазначати спосіб мовлення, тон і гучність голосу; описувати дії мовця; подавати оцінку змісту мовлення. Журналістам друкованих та інтернет-видань варто не лише констатувати факт мовлення і передавати зміст повідомлення, а й намагатися використати різноманітні можливості для відтворення невербальних елементів усної комунікації, опису ситуації мовлення. Це робитиме текст живим, динамічним, поліфонічним.

1. Дудик П. С. *Стилістика української мови : навч. посіб.* / П. С. Дудик. – К. : Видавничий центр «Академія», 2005. – 368 с. 2. Кузнецова О. Д. *Аналітичні методи в журналістиці* / О. Д. Кузнецова. – 2-ге вид., допов. – Львів : Видавничий центр ЛНУ ім. І. Франка, 2002. – 118 с. 3. Здоровега В. Й. *Теорія і методика журналістської творчості : підручник* / В. Й. Здоровега. – 2-ге вид, перероб і допов. – Львів : ПАІС, 2004. – 268 с. 4. Лизанчук В. В. *Радіожурналістика: засади функціонування* / В. В. Лизанчук. – Львів : ПАІС, Видавництво Львівського університету ім. І. Франка, 2000. – 366 с. 5. Михайлин І. Л. *Гіпотеза про текст і мовлення в журналістиці* / І. Л. Михайлин. – Режим доступу: http://www-philology.univer.kharkov.ua/nauka/e_books/isnyk_968/content/mykhajlyn.pdf. 6. Сербенська О. А. *Культура усного мовлення. Практикум : навч. посіб.* / О. А. Сербенська. – Львів : Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2003. – 212 с. 7. Соболева О. В. *Графічні особливості друкованих текстів* / О. В. Соболева // *Науковий вісник Чернівецького університету*. – 2016. – Вип. 769. *Романо-слов'янський дискурс*. – С. 88–90.

REFERENCES

1. Dudyk P. *Stylistyka ukrainskoi movy [Stylistics of the Ukrainian language]*. K. : Vydavnychiy tsentr «Akademiia», 2005, 368 p. 7. Kuznetsova O. *Analitychni metody v zhurnalistytsi [Analytical methods in journalism]*. Lviv : Vydavnychiy tsentr LNU im. I. Franka, 2002, 118 p. 3. Zdoroveha V. *Teoriia i metodyka zhurnalistytskoi tvorchosti [Theory and methods of journalistic creative work]*. Lviv: PAIS, 2004, 268 p. 4. Lyzanchuk V. *Radiozhurnalistyka: zasady funktsionuvannia [Radio journalism: principles of functioning]*. Lviv : PAIS, Vydavnytstvo Lvivskoho universytetu im. I. Franka, 2000, 366 p. 5. Mykhailyn I. *Hipoteza pro tekst i movlennia v zhurnalistytsi [The hypothesis of text and speech in journalism]*. Available at: http://www-philology.univer.kharkov.ua/nauka/e_books/visnyk_968/content/ykhajlyn.df. (accessed 01.10.2017). 6. Serbenska O. *Kultura usnogo movlennia [Culture of oral speech]*. – Lviv : Vydavnychiy tsentr LNU imeni Ivana Franka, 2003, 212 p. 7. Sobolieva O. *Hrafichni osoblyvosti drukovanykh tekstiv [Graphic features of printed texts]* // *Naukovyi visnyk Chernivetskoho universytetu*, 2016, Vol. 769. *Romano-slovians'kyi dyskurs*, P. 88–90.