словники, що побачили світ не так давно (російсько-український словник спортивних термінів [3], російсько-український словник з фізичної культури і спорту [2]), науково-популярні видання ("Антисуржик" [1], "Актуальне інтерв'ю з мовознавцем" [4]) тощо, однак на часі створення довідників із професійного мовлення різних сфер суспільного життя. Ці довідники повинні містити відомості з усіх рівнів мовної системи (від фонетичного до синтаксичного) та ілюструватися прикладами, притаманними тій чи іншій галузі життєдіяльності людини. Усі ми маємо свідомо ставитися до власного мовлення, здійснювати його самоконтроль, постійно відчувати відповідальність за рідне слово.

ЛІТЕРАТУРА

1. Антисуржик. Вчимося ввічливо поводитись і правильно говорити: Посібник/ За загальною редакцією Олександри Сербенської. – Львів: Світ, 1994. – 152 с.
2. Російсько-український словник з фізичної культури і спорту/ За редакцією Осінчука В. Г., Попеску І. К., Рябенька Є. М. – Львів: Світ, 1993. – 310 с.
1. Російсько-український словник спортивних термінів. – Львів: Навчально-експериментальна друкарня Львівського поліграфічного інституту ім. І. Федорова, 1991. – 88 с.
2. Сербенська О. А., Волощак М. Й. Актуальне інтерв'ю з мовознавцем: 140 запитань і відповідей. – К.: ВЦ "Просвіта", 2001. – 204 с.
3. Українська мова. Енциклопедія/ Редкол.: Русанівський В. М., Тараненко В. О. (співголови), М. П. Зяблюк та ін. – К.: Українська енциклопедія, 2000. – 752 с.
4. Языкознание. Большой энциклопедический словарь/ Гл. ред. В. Н. Ярцева. – 2-е изд. – М.: Большая Российская энциклопедия, 1998. – 685 с.

Ганна Денискіна

ОСОБЛИВОСТІ ЛЕКСИЧНОГО НАПОВНЕННЯ РЕПЛІКИ ВЕДУЧОГО У ЖАНРІ ВІЛЬНОГО ТЕЛЕІНТЕРВ'Ю (НА МАТЕРІАЛІ ПЕРЕДАЧ 2000-2004 РР.)

Функціонування телевізійних мас-медіа безпосередньо пов'язане з постійним розвитком мови. Телевізійне мовлення – це мовна дія, яка відбувається за специфічних умов і є інструментом впливу на думки та дії масової аудиторії. Телевізійне мовлення ідеологічно зв'язане, тобто залежне від певних політичних, наукових і соціально-культурних позицій, світогляду сучасників. Уживання однакових мовних знаків у різних типах і різновидах телевізійного дискурсу не передбачає їх однакового змісту. Телевізійне мовлення становить своєрідний конгломерат різноманітних субкодів мовлення, оскільки є незамкненим на певному колі адресатів, а навпаки, спрямованим на якомога ширше коло глядачів. Велике значення для визначення функцій і завдань телевізійного інтерв'ю як особливого різновиду мови ЗМІ має мета конкретного виду телевізійного дискурсу, яка і визначає вибір відповідних мовних засобів. Вивчення телевізійного мовлення сприятиме повнішому розумінню впливу соціальних, політичних і культурних факторів на функціонування мови у суспільстві.

Першою спробою ґрунтовного лінгвістичного дослідження у цій галузі стала монографія С. Светани "Телевизионная речь: Функции и структура" [7]. Функції

телевізійного мовлення у згаданій праці розглядаються у зв'язку з головною особливістю телебачення – аудіовізуальністю, яка є причиною потрійної залежності (зображення – звук – мовлення) телевізійної інформації. С. Трєскова у своїй роботі 1989 р. розглядає мову радіо і телебачення як особливий вид синкретичного (за способом реалізації), поліфункціонального (за жанровим та стильовим наповненням), універсального (за змістом) мовлення [11,42]. Актуальність досліджень у цій галузі підтверджують також праці вітчизняних учених. Зокрема, наукові пошуки Л. Конюхової пов'язані зі з'ясуванням значення жесту у вираженні парцельованих структур у мові телепередач [2,471-475]. Дослідження М. Крижановської спрямовані на розгляд невербальних елементів комунікації як складових комунікативної компетенції в дискурсі телеінтерв'ю [3,275-285]. Дослідження динамічних процесів у лексико-семантичній системі та словотворі української мови кінця XX ст. на матеріалі засобів масової інформації здійснив О. Стишов [9].

Телевізійне мовлення дедалі більше втрачає характерні риси осібної складової загальнонародної мови і вбирає в себе, поруч із лінгвістичними елементами, що утворюють основу сучасної української мови, і найуживаніші елементи усіх її підсистем.

Метою пропонованої статті є розгляд особливостей лексичного наповнення репліки інтерв'юера у жанрі вільного телеінтерв'ю.

Своєрідність мовленнєвого спілкування у жанрі вільного інтерв'ю виявляється у цілеспрямованому доборі й організації лексико-фразеологічних одиниць відповідно до прагматичних настанов, мети й умов комунікації. Загалом у діалогах залежно від обраної теми переважає лексика, закріплена за відповідними сферами суспільного життя. Це пов'язано з прагненням авторів передач залучати до розмови фахівців з наукової, освітньої, мистецької сфер, а також державних, політичних і громадських діячів, щоб одержати кваліфіковану оцінку явищ, подій, процесів, які відбуваються в суспільстві. Лексичну основу будь-якого телевізійного діалогу становлять слова з нейтральним стилістичним забарвленням, без яких не може обійтися жодна галузь телевізійної комунікації. Значний прошарок у мовленні учасників передач становить суспільно-політична та загальнонаукова лексика. Однак навіть в ініціюючих репліках інтерв'юера фіксується підвищена частотність уживання вузькоспеціальних термінів (їх кількісний і якісний склад у передачі залежить від теми діалогу і фаху запрошеного). Подібне явище сприяє поширенню термінологічної лексики серед пересічних громадян завдяки її багаторазовому повторенню і тлумаченню. Таким чином, під впливом телевізійних ЗМІ, що здійснюють популяризацію спеціальних наукових знань, відбувається збільшення лексичного запасу носіїв мови, підвищення їх освітнього рівня.

Телевізійні мас-медіа особливо чутливі до тенденцій мовленнєвої моди, оскільки прагнуть оперативно, яскраво і небуденно розповісти глядачеві про всі новини, що відбулися в Україні й у світі. Зокрема, інтерв'юер нерідко використовує в ініціюючій репліці неологізми: *"...нас чекає* ***спікеріада, прем'єріада,*** *а от* ***потеріада****?..."* ("Саме той", 16.04.2002). Подібні лексеми передають нові семантичні, стилістичні, функціонально-експресивні відтінки, яких немає у загальновживаних словах, створюють ефект несподіванки. У репліках інтерв'юера трапляються також неологізми, що є запозиченнями з інших мов, зокрема з англійської та німецької. Деякі з таких запозичень стають надзвичайно популярними, наприклад: *"...Все-таки такий розкручений* ***бренд****, будемо казати, – "Народний контроль". Нашому виборцеві, який вийшов з тих часів, можна було б краще звикнути до нього "* ("Саме той",

18.09.2001), *"Знов у Вас **бренд** використали?"* ("Зустріч у "Бістро", 18.02.2004). Ця неолексема є запозиченням і походить від англійського *brand* – марка, сорт, ґатунок, якість [1, 147]. У жанрі вільного телеінтерв'ю слово *бренд* уживається також у значенні "оригінальна назва, ідея". Телевізійне мовлення інтерв'юера є досить надійним джерелом встановлення ступеня фактичного розповсюдження того або іншого запозичення, оскільки автори передач прагнуть, аби інформація, що надається, була зрозумілою глядачеві, тому мовці уникають уживання в ефірі невідомих широкому загалові іншомовних слів.

Лексичне наповнення реплік інтерв'юера, порівняно з репліками респондентів, вирізняється більшим ступенем клішованості. Під мовним кліше зазвичай розуміють мовні одиниці, яким "властивий постійний склад компонентів, звичність звучання, відтворюваність готових мовних блоків і водночас семантичне членування, що належить вільним словосполученням: *установити контроль, дух часу, мирне співіснування, боротьба зі зловживаннями, підтримувати дипломатичні відносини"* [10, 83]. Клішовані форми у жанрі вільного телеінтерв'ю забезпечують найповнішу передачу інформації й економлять ефірний час. У випадку недоречного вживання таких конструкцій або за умови їх багаторазового повторення мовні кліше породжують штампи, тобто "втрата нормативності відбувається там, де повинна переважати індивідуальна манера висловлювання" [5, 56]. До узуальних форм мови відносяться типові для діалогічного спілкування ситуаційні кліше. До них Е. Палихата зараховує стереотипні вирази, які механічно відтворюються і є обов'язковими для вживання у певній мовленнєвій ситуації [5, 57]. У жанрі вільного телеінтерв'ю ситуаційні кліше супроводжують презентацію самої передачі (*"...в ефірі "Саме той"...", "...це програма "Зустріч у "Бістро"..."*), представлення гостя студії (*"...дозвольте представити вам "саме того"...", "...сьогодні з нами "саме той"...", "...наш сьогоднішній гість...", "...мій співрозмовник сьогодні..."*), повідомлення телефону прямого ефіру (*"...телефон для запитань до нашого гостя...", "...телефон, за яким ви можете поставити свої запитання..."*) тощо. Більший ступінь клішованості репліки-стимулу пов'язується ще й з тим, що саме на інтерв'юера покладено відповідальність за реалізацію етикетної стратегії, тобто право розпочинати і завершувати діалог, а також обов'язок контролювати його перебіг, повертаючи, у разі потреби, співрозмовника до основної теми бесіди.

Хоч мовлення інтерв'юера має вищий ступінь підготовленості, ніж мовлення респондента, проте і у його репліках спостерігається велика кількість різноманітних слів-заповнювачів хезитаційних пауз, тобто пауз, які виникають під час пошуку відповідного слова, пригадування, перебудови фрази тощо: *"Ну... гм... тобто, з цього можна зробити висновок, що свято святого Валентина... е... цей День святого Валентина, так би мовити, ще й найдемократичніше свято?..."* ("Зустріч у "Бістро", 18.02.2004). Наведений приклад свідчить, що хезитаційні паузи зазвичай заповнюються звуками типу [в], [з], [у], [гм], а також різноманітними вставними словами та виразами: *тобто, саме, ось, ну, так би мовити, як би це сказати* тощо. Подібні слова не прикрашають мовлення, однак постійно спостерігаються навіть в ініціюючих репліках інтерв'юера, заповнюючи паузи у мовленнєвому потоці. Частки і більшість інших слів-заповнювачів пауз відносяться до так званої міжтематичної лексики і більшою або меншою мірою притаманні усім передачам незалежно від теми розмови. Особливу роль у діалогічній взаємодії відіграють також сигнали підтримки комунікативного контакту, у ролі яких виступають невербальні (міміко-жестові) і вербальні, зокрема лексичні, засоби. Майстерність інтерв'юера залежить

від уміння слухати співрозмовника і постійно підбадьорювати його, сигналізуючи про свою увагу і зацікавленість. Найчастотнішими вербальними засобами підтримки контакту інтерв'юером є слова: *так, угу, ага, розумію, чудово, добре, звичайно, цікаво, надзвичайно* тощо.

Серед стилістично зниженої лексики, вживаної інтерв'юером, вирізняємо просторіччя та жаргонізми. В ініціюючій репліці вживання стилістично зниженої лексики обмежується невеликою кількістю одиниць, джерелом походження яких є молодіжний сленг: *сачкувати* (відмовлятися від виконання певних дій, обов'язків, посилаючись на вигадані причини [8, 234]): *"...ага! **Сачкували**? Сесії пропускали?..."* ("Саме той", 10.08.2001), *класний*, *суперкласний* (дуже гарний, чудовий [8, 140]): *"...отримав **суперкласну** світло- і звукову апаратуру..."* ("Саме той", 21.05.2002), *розкручувати* (популяризувати [8, 231]) *"...чи можливо, що якісь політичні сили будуть це **розкручувати**, як їм заманеться?..."* ("Саме той", 02.11.2001), *скачати* (привласнити інформацію (зазвичай з інтернету)): *"...**скачати** реферат..."* ("Саме той", 17.06.2001), *скидати* (давати, повідомляти): *"...орієнтуємося на інформаційний потік, який щохвилини, щогодини **скидають** нам інформагентства..."* ("Саме той", 25.09.2001). З-поміж жаргонізмів, вживаних у стимулюючій репліці, на особливу увагу заслуговує лексема *крутий*, яка, за визначенням О. Покровської, "володіючи максимально широким значенням, перетворюється на своєрідний символ доби" [6, 172]. На думку дослідниці, ця номінація, за посередництва засобів масової інформації, "стала своєрідним інтенсифікатором вияву ознаки, якості, дії тощо" [6, 172]. Семантичне значення жаргонного слова досить невизначене і набуває відповідних значеннєвих відтінків залежно від контексту та ситуації: *"...кажуть, що у вас взагалі **найкрутіший** у Києві лінгвістичний кабінет.."* ("Саме той", 24.07.2001). Звичайно, лексичну основу будь-якого різновиду телевізійного діалогічного дискурсу складають слова, що мають нейтральне стилістичне забарвлення, але загальна тенденція до збільшення частотності вживання стилістично зниженої лексики, а також суржику, є сигналом про потребу посиленої уваги інтерв'юера до власного мовлення і контролю за ним. "Культуромовні вади телебачення, радіо, преси накладають негативний відбиток на загальну суспільну мовну практику, суржикують і жаргонізують її. Але усвідомлення цього уже дає надію сподіватися на краще" [4, 435]. Включення інтерв'юером у своє мовлення субстандартного лексикону є свідченням того, що розгляданий тип мовлення – живомовне явище і ним послуговується реальна людина. Щоправда, транслювання просторічної та жаргонної лексики ведучим у прямому ефірі має подвійні наслідки: з одного боку, мовлення стає більш експресивним та емоційно насиченим, зменшується дистанція між розмовним і літературним узусом, а з іншого боку, поява певних неактуалі-зованих розмовних включень, тиражована телевізійними засобами, може мати незворотні і дуже негативні наслідки. У зв'язку з цим дослідження лексичних особливостей телевізійного мовлення набуває надзвичайної ваги, оскільки в сучасному світі телебачення є найвпливовішим засобом формування мовної поведінки населення, а отже, саме на нього покладено відповідальність за рівень культури мовлення в цілому.

ЛІТЕРАТУРА

1. Англо-український словник: У 2 т./ Уклад. М. І. Балла. –К.: Освіта, 1996. – Т.1. – 752 с.
2. Конюхова Л. І. Значення жесту у вираженні парцельованих структур у мові телепередач// Вісник Львівського ун-ту. Сер.: Журналістика. – 2001. – Вип.21.
3. Крижановська М. В. Невербальні елементи комунікації як складові комуніка-

тивної компетенції у дискурсі телеінтерв'ю// Мовні і концептуальні картини світу: Зб. наук. праць. – К.: КНУ ім. Т. Шевченка. – № 7. – 2001. – С. 275-285.
4. Мацько Л. І. Лінгвокультурологічні чинники формування культури усного мовлення// Матеріали V конгресу Міжнародної асоціації україністів. Мовознавство.: Зб. наук. ст. – Чернівці: Рута, 2003. – 492 с.
5. Палихата Е. Я. Методика навчання українського усного діалогічного мовлення учнів основної школи. – Тернопіль: вид-во ТДПУ ім. В. Гнатюка, 2002. – 271 с.
6. Покровська О. Характеристичні риси мови засобів масової інформації// Вісник Харківського університету. Сер.: Філологія. – № 426. – 1999. – С. 171-174.
7. Светана С. В. Телевизионная речь: Функции и структура/ Ред проф. Я. Н. Засургского. – М.: Изд-во Московского ун-та, 1976. – 150 с.
8. Ставицька Л. Короткий словник жаргонної лексики української мови. – К.: Критика, 2003. – 336 с.
9. Стишов О. А. Українська лексика кінця XX століття (на матеріалі мови засобів масової інформації): Монографія. – К.: Вид. центр КНЛУ, 2003. – 388 с.
10. Сучасна українська мова: Підручник/ О. Д. Пономарів, В. В. Різун, Л. Ю. Шевченко та ін./ За ред. О. Д. Пономаріва. – К.: Либідь, 1997. – 386 с.
11. Трескова С. И. Социолингвистические проблемы массовой коммуникации (принципы измерения языковой вариативности). – М.: Наука, 1989. – 152 с.

Тетяна Миколенко

ГЕНДЕРНА СПЕЦИФІКА СЛЕНГОВОГО МОВЛЕННЯ

Одним із питань, що активно вивчається сьогодні у світовій лінгвістиці, є гендерні розрізнення. Поняття "гендер" введено в українську лінгвістику порівняно недавно, тому пов'язані з ним дослідження ще не оформилися в самостійний напрямок. Зважаючи на те, що в україністиці проблема поки що не отримала належного висвітлення, нашим ученим доведеться включитись у її дослідження, базуючись на значних за обсягом і за глибиною студіях учених інших країн.

Прийнято вважати, що вивчення гендерного аспекту мови у світовій науці припадає на початок 70-их років: саме у той час поглибились і результативно оформились дослідження залежності певної мовленнєвої форми від статі мовця, хоч зацікавлення цим аспектом лінгвістики та зародження ідеї про відмінності між чоловічим та жіночим мовленням відноситься до давніших часів. Так, ще у 1523 р. Дж. Вайвес у праці "De Institutione Christianae Feminae" зробив спробу узагальнити правила суспільної поведінки, включаючи сюди і мовну, з позицій християнської моралі [2, 60]. Дев'ятнадцяте століття не принесло багато нового у гендерну лінгвістику, хоч порівняно з європейським американське мовознавство було активнішим. Це стосується, зокрема, того, що в Америці актуалізується прикладний аспект гендерної лінгвістики, наприклад, активно обговорюється питання мовного оформлення родової належності суб'єкта в офіційних паперах (використання займенників *він, вона*; іменників чоловічого та жіночого роду тощо).

Особливо плідним для гендерної лінгвістики виявилося XX ст. Воно характеризується наявністю великої кількості праць, їх аналітичним узагальненням, що привело до оформлення гендерної лінгвістики в окрему гілку мовознавства та