

Олеся Жук



ПРОБЛЕМИ ТЕКСТУ І ЖАНРУ В ТЕЛЕВІЗІЙНІЙ КОМУНІКАЦІЇ

«Міжжанрові» міграції тематики, способів і засобів її висвітлення, теоретичні і практичні проблеми жанрової стилістики, новації інтертекстових функцій спонукають теоретиків і практиків телевізійних засобів інформації до пошуків нових можливостей задовольняти інтереси сучасної аудиторії. Вважаючи, що слово залишається основним засобом формування усіх параметрів жанру, маємо на меті систематизувати жанрові характеристики з погляду наратології та дискурсології, запропонувати своє розуміння моделі телевізійних текстів.

Ключові слова: телевізійний текст, жанр, параметри жанру, інтертекст, дискурс, усне мовлення, моделі телевізійних текстів.

«Межжанровые» миграции тематики, способов и средств её освещения, теоретические и практические проблемы жанровой стилистики, новации интертекстовых функций обязывают теоретиков и практиков телевизионных средств информации к поискам новых возможностей удовлетворять интересы современной аудитории. Считая, что слово остаётся основным средством формирования всех параметров жанра, ставим целью систематизировать жанровые характеристики с точки зрения наратологии и дискурсологии, предложить своё понимание модели телевизионных текстов.

Ключевые слова: телевизионный текст, жанр, параметры жанра, интертекст, дискурс, устная речь, модели телевизионных текстов.

«Intergenre» themes migration, ways and means of their elucidation, theoretical and practical problems of genre stylistics, innovations of intertextual function, make theorists and practical workers of TV means of information look for new possibilities to meet the interests of the modern audience. Considering, «the word» to be the principal means of all kinds of genre formation, our aim is to systematize genre characteristics from the point of view of naratology and discoursology, to give our own understanding of TV texts model.

Key words: TV texts, genre parameters, intertext, discourse, TV texts models, oral speech.

Проблеми виникають і вирішуються, і знову виникають та вимагають вирішення залежно від того, як і ким інтерпретується телевізійний продукт, наскільки релевантними є інформаційний запит аудиторії та отримане повідомлення, тобто як співвідносяться журналістський текст та інтереси аудиторії. О. Самарцев вважає, що «професійний журналіст легко вписується в будь-який формат, розуміючи правила гри, він без зусиль вміщує свої думки і факти в необхідний обсяг, підлаштовується під необхідну стилістику, враховує формат і контекст свого видання. При цьому він не відчуває гіркоти і дискомфорту, принаймні у звичайних умовах, коли його текст додатково опрацьовується редактором, щоб “умонтувати” його у випуск. І навіть він легко розуміє, що його твір виграє від того, що знаходиться у професійно підбраному оточенні, яке може не лише посилити ефективність його матеріалу, а й надати йому нового, глибшого соціального звучання» [13, 275]. Цю думку варто продовжити зауваженням про те, що редактор може втрутитись у текст автора настільки, наскільки це дозволяє його власна компетентність у проблемі, яку порушує автор. Одна справа — літературне редагування тексту, а інша — редагування змісту, зміна або підміна фактажу, характеру експресії тощо. Адже тільки автор у процесі реалізації свого задуму «прогнозує характер його сприйняття реальним або гіпотетичним адресатом мовлення і будує текст відповідно до цих прогнозів. Точний прогноз з боку адресата має наслідком — середньо-адекватне сприйняття адресатом логічної та прагматичної інформації тексту» [8, 12]. Зрозуміло, що оце «тільки автор» спостерігається в умовах професійної свободи журналіста, невтручання редактора або керівника засобу масової інформації у роботу того чи того структурного підрозділу (редакції, відділу, секції і под.) ЗМІ і за умови, що підрозділ має свій стиль роботи, який склався з гармонійного поєднання оригінальних ідіостилів кожного журналіста.

У кожній конкретній ситуації телевізійного спілкування журналіст обирає тактику своєї поведінки зі співрозмовником — реальним або віртуальним: бути модератором, тобто координатором мовленнєвої діяльності учасників передачі або ж, відповідно підготувавши тих, кому запропоновано реалізувати задум журналіста, залишатися «за кадром», а тривалість мовчання його залежить від того, чи передача готувалася у записі, а чи у прямому ефірі.

Л. Штельмах, посилаючись на досить давню працю М. Черепашова «Проблемы теории публицистики» (1973), пише: «...жанри стилю масової інформації диференціюються за характером об'єкта, який зазнає мовно-інформаційного висвітлення в процесі творення текстової структури. Якщо об'єкт в жанрі передбачає безпосереднє висвітлення дійсності (чисто інформаційне), то тоді мова йде про такі жанри, як замітка, репортаж, кореспонденція, огляд. До жанрів, які характеризуються опосередкованим висвітленням об'єкта, належить рецензія, інтерв'ю, звіт і т. ін.» [16, 108]. Ці ж жанри використовуються і в телевізійному вираженні, відмінність лише у засобах матеріально-технічних, якими подається текст не читачеві, а глядачеві, а також у візуальному сприйнятті суб'єкта і об'єкта тексту. Основний же засіб творення текстів є спільним — це слово. І якщо в друкованому засобі інформації це слово писане, «звучання» ж його реалізоване на письмі не лише графічним зображенням звука, а й розділовими знаками (крапкою, двокрапкою, тире, крапкою з комою) та експресивними знаками (знаки питання, оклику, три крапки), порядком слів у реченні, виокремленням за допомогою тире і круглих дужок, то в телевізійному тексті це слово мовлене (промовлене) з відповідним інтонуванням окремих слів, синтагм, із застосуванням особливостей (тембру) голосу самого журналіста та інших технічних засобів риторики (дихання, дикції, якісних однак голосу), темпу мовлення, тривалості звучання, пауз і т. д.

На сприйняття писаного тексту впливає (окрім теми, змісту, обсягу) формат видання, поліграфічна його якість, наявність / відсутність ілюстрацій, частотність виходу у світ і навіть вартість, а на сприйняття тексту телевізійного впливає особистість мовця (ведучого, інтерв'юєра, промовця, учасників діалогу, дискусії і т. ін.), відеоматеріали (динамічні або статичні), звук (музика, природні звуки живого світу, штучно творені звуки предметів тощо) і, звичайно, час виходу в ефір, тривалість, зорієнтованість на будь-яку (всяку) аудиторію чи слухачів певних соціальних верств. У цьому сенсі доречно прислухатись до думки Л. Куликової: «Навіть якщо йдеться про трансляцію в реальному часі (on-line) або так зв. “живому ефірі” (live, call-in), коли як виняток для масової комунікації можна говорити про комунікативний контакт між суб'єктами комунікативної взаємодії, така комунікація в основному не супроводжується зміною комунікативних

ролей. Мовцеві у такій ситуації спілкування належить більша комунікативна вага, більша дискурсна ініціатива, яка виявляється у визначенні теми, стратегії й техніки для впливу на слухача» [6, 41].

Всюдисущий нині Інтернет хоч і відсунув телебачення на другий план, не витіснить його із засобів масової комунікації хоча б тому, що навіть у прагненні до швидкості передавання інформації та прагненні лаконічності висловлення у людини завжди буде, на наш погляд, потреба бачити і чути свого співрозмовника в реальному вигляді (яким би досконалим не ставав з часом скайп), що майже бездоганно забезпечує поки що саме технічний потенціал телебачення. Для телебачення, де усне слово є лише одним із елементів сценарію, потрібно вміти писати лаконічно. «Відсутність цієї риси виявляє недолік майстерності автора», — вважає Ю. Морайко. Ми б замінили слово лаконічно словами «писати достатньо інформативно», бо достатність є однією з головних якісних ознак мовлення. А досягти її можна за умови точності, логічності й доречності мовлення, які забезпечуються добрим знанням предмета мовлення, застосуванням законів логічного мислення, а також розумінням доречності стильової, стилістичної, особистісно-психологічної та ситуаційної.

Якщо достатнім є мовлення, до якого не виникає запитань задля уточнення окремих аспектів змісту, то доречним є мовлення, якого очікує слухач (читач) і яке актуальним для нього вважає мовець. Якщо до писаного тексту можна звернутися ще раз, перечитати й логічно з'ясувати недомовлене, то в усному тексті телебачення або радіо слово є миттю, яку не завжди можна повернути — залишатиметься відчуття невдоволеності самим собою або співрозмовником, бо усне слово назад не забереш.

Таким чином, лінійність будь-якого тексту — це не лише структурна ознака, а й змістова, навіть якщо події подаються (розгортаються) в ретроспекції — мета буде досягнута, якщо той, хто її реалізує, врахує і вимоги жанру, і нові можливості жанрових видозмін, які диктує час, і новачі у можливостях телебачення, і ті зміни, які відбулися в соціально-психологічному образі сучасного глядача, якому не прищеплено поблажливість до журналістських невдач.

Усна і писемна форми літературної мови ставлять свої вимоги до структури, достатності й виразності текстів, проте ці вимоги не суперечать енциклопедичному визначенню тексту як лінійної послі-

довності висловлень, об'єднаних у ближчій перспективі смисловими граматичними зв'язками [див. 1, 679]. Специфічним текстом є телевізійний, актуальність вивчення якого зберігається в останні десятиріччя. О. Самарцев у 2007 році писав: «Виникає необхідність проведення комплексного дослідження структури телевізійного інформаційного тексту, яке враховувало б як журналістикознавчий, так і мовознавчий аспект досліджуваного об'єкта» [9, 14]. Ця необхідність постала відтоді, як почали розмежовувати поняття мови і мовлення у лінгвістиці, що повело за собою цілу низку пропозицій щодо переобґрунтування поняття жанр щодо кожного стилю мови.

Час показав, що проблеми є не лише в інформаційних, а й у багатьох інших телевізійних жанрах. «Жанр, — пише М. Штельмах, — це вторинна форма реального буття змісту в мас-медіа. Це означає, що перед тим, як здійснюється процес творення тексту, існує стадія вилучення інформаційного потоку, на якій автор у ролі журналіста формує певний знаковий простір, який потім синтезує в конкретну жанрову структуру» [16, 107]. Нині спостерігаються «міжжанрові міграції» тематики, способів і засобів її реалізації, добору учасників передачі та їх завдань, теоретичні й практичні проблеми жанрової стилістики, а також інтерстильових ресурсів. На підтвердження наведемо спостереження О. Сербенської та В. Бабенко: «Телетекст трактують як один із надзвичайно складних витворів людської культури, у якому виявилося напрочуд сильне, органічне для людської природи тяжіння до синкретизму, видовищності, намагання відійти від одноманітності у сприйнятті світу» [10, 11]. Специфіка не лише в інтертексті, тобто можливості використовувати цитати або ремінісценції з інших текстів, а й у незвичайних можливостях технічних засобів, з допомогою яких у будь-якому жанрі телевізійного тексту можна застосувати елементи іншого жанру (відеозаписи, фотоматеріали, музичний супровід, фрагменти інших телепередач, одних і тих же учасників тощо), тобто «телевізійний продукт інтерпретується як текст, написаний поверх інших з цільовою семантикою. Важливого сенсу набуває явище інтертекстуальності, під яким розуміємо не тільки вкраплення текстів один в одного, але й потоки кодів, жанрові зв'язки, асоціативні відсилання тощо» [14, 18]. Важливим є і поняття гіпертексту, який пояснюють як «певну одночасну єдність і множинність поліфонічних текстів, семантично пов'язаних між собою і з текстом основного ма-

теріалу» [14, 7], а також поняття підтексту — це те, «що думає, а не просто те, що говорить журналіст про об'єкт коментування, про внутрішній смисл (через призму концепції) відображуваного» [15, 15].

Головною вимогою до кожного телевізійного тексту є його відповідність інтересам аудиторії, її запитам, тобто реальним потребам у тій чи тій інформації або видовищних враженнях. Усі описані характеристики тексту, наприклад, Г. Мельник та О. Тепляшиної: семантична характеристика — це його співвідношення з дійсністю, синтаксична — це опис його внутрішньої структури тексту, тобто організації, побудови і прагматична — це його зв'язок з читачем, глядачем, слухачем, тобто рівень сприйняття, засвоєння [див. 7, 38], або О. Самарцева, який наголошує на таких рисах, як закінченість, тобто замкненість змісту всередині структури цього тексту, інваріантність, або можливість викладу даного змісту різними засобами, а також єдність змісту, яка досягається системою формальних чи асоціативних знаків [див. 9, 260–261], є правомірними й переконливими. Але щодо кожного публіцистичного жанру (репортаж, інтерв'ю, коментар, кореспонденція, огляд, відгук, нарис, рецензія, замітка, есе, замальовка і т. д.) в аспекті телевізійного їх формату варто сформулювати спеціальні характеристики, принаймні визначити спільні та відмінні засоби і способи реалізації тематичних напрямків сучасного державного мовлення, які майже не змінилися з 2002 року, коли їх окреслив А. Москаленко [див. 8, 320]. Щоправда, є й новіші підходи: «Найбільш динамічна і визначальна на сучасному етапі розвитку інформаційного суспільства сфера живої суспільної комунікації — масмедіа, в структурно-стилістичному плані представлена функціональним стилем масової інформації, а також цілою системою жанрових форматів, відносно зведена до функціонально зручної трихотомії: інформаційна група жанрів, аналітична та художньо-публіцистична» [16, 105–106].

Хочемо погодитися з В. Демченком, що сучасна «людина в більшості випадків замість знання готова вибрати його полегшену інтерпретацію, замість системного образу дійсності задовольняється тими маркерами, що залишають на соціальній поверхні ЗМК» [3, 292]. І це стосується кожного сучасного суспільства, тільки не всі його громадяни мають однаковий інтерес до ЗМК; проблеми людства вимагають цього інтересу. Цитуючи Ю. Лотмана, Г. Мельник та А. Тепляшина

пишуть: «Людина виявляється незворотно втягнутою в напружений процес: вона оточена потоками інформації, життя посилає їй свої сигнали. Та ці сигнали зостануться непочутими, інформація — незрозумілою, важливі шанси у боротьбі за виживання втраченими, якщо людство не встигатиме за все зростаючою потребою ці потоки сигналів дешифрувати і перетворювати в знаки, що мають здатність комунікації у людському суспільстві» [9, 37].

У своєму дослідженні ми передбачаємо досягнення кількох цілей: 1) довести, що якими б досконалими не ставали технічні ресурси ЗМК, яким би популярним не ставало телебачення, слово було, є і буде основним засобом розбудови телевізійного тексту; 2) слово допоможе журналістові в умовах модифікації жанрів зберегти їх визначальні, засадничі принципи організації тексту попри вплив модерних відео- та аудіотехнологій; 3) саме мова, її лексико-семантичні та емоційно-експресивні традиції та сучасні засоби можуть зберегти або, навпаки, зруйнувати закони логіки й естетики того чи того жанру телевізійного твору і 4) перефразувавши М. Рильського, нагадаємо, що мода у мові — небезпечна річ, бо вона може призвести до поділу і творців тексту, і їх слухачів на дві групи — традиціоналістів і перспективістів, конфлікт між якими буде розбалансовувати системну гармонію мови та мовлення.

Щоправда, дехто із теоретиків і практиків телевізійних текстів вважає, що «жанрова диференціація стилю є настільки відносною, що суперечки з приводу функціонального навантаження того чи іншого жанру інколи виявляються несуттєвими» [11, 106]. Як наголошує М. Бахтін, «за кожним текстом стоїть система мови. У тексті їй відповідає все повторене і відтворене, все, що може бути дане поза даним текстом (данність). Але одночасно кожен текст (як висловлення) є чимось індивідуальним, єдиним і неповторним, і в цьому весь його смисл (його замисел, задля чого він створений)» [2, 292], і понад те: «кожен творчий текст є до певної міри вільне і не передбачене емпіричною необхідністю одкровення особистості» [2, 301]. А якщо так, то про строгі параметри жанру у творчості тележурналіста говорити безсенсово, хіба що можна лише виділяти три групи жанрів: інформаційні, аналітичні і художньо-публіцистичні, бо лише в «момент зародження жанрів зміст текстів зумовлював його форму» [11, 106]. Так виникла, очевидно, ідея розмежовувати текст і дискурс: текст —

це відносно завершена письмова знакова конструкція, яку читач повинен уміти прочитати, а дискурс — це відносно незалежна відкрита мовленнєва (розмовна) комунікація, що є нарошуванням аргументів та пояснень, це безпосередній обмін інформацією.

Отже, щодо телевізійних жанрів доцільніше оперувати терміном телевізійний дискурс і вивчати проблеми ефективної текстової діяльності автора й адресата з урахуванням як їхньої мовної особистості, так і сфери спілкування [див. 7, 45] (це жанри та їх цілі і завдання). У цьому ми не лише погоджуємось з В. Луценко, а й обстоюємо (у контексті наратологічних постулатів) наявність таких моделей телевізійних текстів (телевізійного дискурсу), як: «я + я» (журналіст як особистість, що реалізує себе у своєму жанрі), «я + ти (він)», «я + вони», «ми + вони». Такий підхід вимагає стильового і стилістичного синтезу мовних ресурсів, з допомогою яких обидві сторони — мовець (мовці) і глядач (глядачі) повинні й спроможні реалізувати задум телепередачі й досягти творчої та суспільної мети, цебто ефективності дискурсної діяльності.

І справедливо те, що «розмовна лексика і синтаксис, діалогічність, різкі асоціативні переходи, вільна зміна тону залежно від предмета мовлення, елементи мовної гри — ці та інші особливості, властиві живому усному мовленню, характерні тепер не лише для найбільш вільного публіцистичного жанру — нарису, вони проникають і в більш строгі жанри» [6, 95], адже, як справедливо наголошує Т. Матвеева, «визначальною умовою виділення тексту і визначення типології текстів виступає не форма і не структура тексту, а дещо дотекстова — функціональна цілеустановка» [8, 12].

Отже, телевізійний текст — це мовленнєвий твір, оцінювати який необхідно за такими критеріями:

- 1) чи відповідає текст меті повідомлення;
- 2) чи має для співрозмовника (учасника передачі та її слухача) інформаційну цінність;
- 3) чи притаманна йому змістова повнота і мовленнєва лаконічність і чи відповідають вони конкретним умовам спілкування;
- 4) чи відповідає його форма, жанровий різновид інформаційному (або, як тепер часто говорять, масмедіальному стилеві);
- 5) чи доречно застосовані смислові та емоційні акценти;
- 6) чи вдало використані технічні ресурси телебачення;

7) чи доречно застосовані інтертекстуальні засоби (відеоряд, звук, світло, студійні лаштунки тощо);

8) чи була забезпечена основна вимога гіпертексту — вимога єдності і множинності поліфонії текстів учасників діалогу чи полілогу;

9) чи здатен автор тексту до первинної і вторинної комунікативної діяльності, тобто до породження власного тексту і розуміння чийогось;

10) чи справдились сподівання автора щодо сприйняття його тексту.

Зрозуміло, що таким критеріям відповідатимуть тексти досвідчених журналістів, які оволоділи знаннями про телевізійні жанри, їх структуру та функціонування, навчилися створювати тексти відповідно до завдань спілкування, а також інтерпретувати тексти чужі.

Важливо пам'ятати, що «поняття жанр у лінгвістиці означає не просто сукупність текстів та їх побудову за спеціальними формальними принципами. [...] висловлювання не може бути жанром. Воно може бути формою, актом, який має спільну мовленнєву мотивацію і структуру відтворення для інших подібних висловлювань» [16, 105]. У телевізійному ж тексті, на наш погляд, оця спільна мовленнєва мотивація зобов'язує в діалозі або полілозі «підхоплювати» висловлювання попереднього мовця для увиразнення висловлювання власного з метою акцентування теми. Способи такого «підхоплення», його обсяг — тема спеціального дослідження у проблематиці жанрів.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. *Баранник Д. Х.* Текст / Дмитро Харитонович Баранник // Українська мова : енциклопедія. — Вид. 2-ге. — К. : Українська енциклопедія ім. М. П. Бажана, 2004. — С. 679–680.
2. *Бахтин М. М.* Проблема текста в лингвистике, филологии и других гуманитарных науках / Бахтин Михаил // Эстетика словесного творчества / сост. С. Г. Бочаров. — Изд. 2-е. — М. : Искусство, 1986. — С. 297–325.
3. *Васильева А. Н.* Основы культуры речи / Васильева Анна Николаевна. — М. : Русский язык, 1990. — 247 с.
4. *Демченко В.* Масова комунікація як джерело і носій сучасної соціальної міфології / Володимир Демченко // Біблія і культура / ред. А. Є. Нямцу. — Чернівці : ЧНУ, 2010. — Вип. 13. — С. 290–296.
5. *Костенко Н. В.* Ценности и символы в массовой коммуникации / Наталья Викторовна Костенко / отв. ред. С. А. Макеев. — К. : Наук. думка, 1993. — 132 с.

6. Куликова Л. В. Коммуникативный стиль в межкультурном общении : монография / Куликова Людмила Викторовна. — М. : Флінта; Наука, 2009. — 288 с.
7. Луценко В. Основні поняття і категорії комунікативної стилістики тексту / Валентина Луценко // Дивослово. — 2007. — № 4. — С. 45–48.
8. Матвеева Т. В. Функциональные стили в аспекте текстовых категорий: Синхронно-сопоставительный очерк / Тамара Васильевна Матвеева. — Свердловск : Изд. Уральского ун-та, 1990. — 170 с.
9. Мельник Г. С., Тепляшина А. Н. Основы творческой деятельности журналиста / Г. С. Мельник, А. Н. Тепляшина. — СПб. : Питер, 2006. — Ч. 1–2. — 272 с.
10. Москаленко А. З. Теорія журналістики : навч. посіб. / Анатолій Зіновійович Москаленко. — К. : ЕксОб, 2002. — 336 с.
11. Морайко Ю. Складові високоякісної телевізійної продукції / Из досвіду телевізійного журналіста / Ю. Морайко // Телевізія і радіожурналістика : зб. наук. праць. — Львів : Вид-во Львівського ун-ту ім. І. Франка, 2002. — Вип. 4. — С. 128–134.
12. Поліщук Л. Д. Структура телевізійного інформаційного тексту (за матеріалами загальнонаціональних каналів) : автореф. дис. ... канд. філ. наук : спец. 10.01.08 : Журналістика / Поліщук Леся Дмитрівна ; КНУ ім. Т. Шевченка : Інститут журналістики. — К., 2006. — 20 с.
13. Самарцев О. Р. Творческая деятельность журналиста. Очерки теории и практики : учеб. пос. / Олег Робертович Самарцев / под общ. ред. Я. Н. Закурского. — М. : Академический проект, 2007. — 528 с.
14. Сербенська О. Основи телетворчості: практикум / Сербенська Олександра, Бабенко Вікторія. — Львів : ПАІС, 2007. — 112 с.
15. Шаповал Ю. Мистецтво журналізму : монографія / Юрій Шаповал. — Львів, б.в., 2007. — 320 с.
16. Штельмах Л. М. Типологічні особливості мовного жанру в системі стилю масової інформації / Штельмах Л. М. // Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика : зб. наук. праць. — К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2007. — Вип. XV. — С. 103–109.