

DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2020-5-81-98>

УДК 811.112.2'42:654

Чайковська О.Ю.

Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»**ВЗАЄМОДІЯ ВЕРБАЛЬНИХ, НЕВЕРБАЛЬНИХ ТА ПАРАВЕРБАЛЬНИХ ЗАСОБІВ
ТЕКСТІВ ТЕЛЕВІЗІЙНИХ НОВИН**

Анотація. У статті розкрито взаємодію мовних та позамовних засобів у текстах новинних передач. Зазначено, що коли вербальні елементи новин підсилюються невербальними та паравербальними, повідомлення стає більш ефективним: має найбільш високий рівень інформативності, тому що має візуальне підтвердження. Невербальні та паравербальні компоненти новин створюють простір для прагматичного впливу на глядацьку аудиторію. Функція зображень у новинах різна. Вони покликані інформувати, приваблювати, слугувати естетичному задоволенню та завуальовано висловлювати ставлення до певних подій та явищ. Новини мають нейтральний стиль подання інформації, саме тому перед автором постає завдання поєднати усі вербальні, невербальні та паравербальні елементи в одне ціле задля того, щоб сформувати у глядача конкретне відношення до переглянутої інформації.

Ключові слова: вербальні, невербальні та паравербальні засоби, текст теленовин, функція, прагматичний вплив, зображення, взаємодія.

Chaikovska Olena

National Technical University of Ukraine
«Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute»**INTERACTION OF VERBAL, NON-VERBAL AND PARAVERBAL MEANS
OF TEXTS OF TELEVISION NEWS**

Summary. The purpose of the research is to reveal essential characteristics and functions of television news, discover instruments of speech manipulation. The article shows the main function of television news. The author analyzes interaction of verbal, non-verbal and paraverbal means of texts of television news. Research results indicate that television has a significant influence on the perception of information, the use of audio-visual aids, mimics, gestures, vocabulary and technical capabilities of the montage. Verbal components can interact with a nonverbal part by implementing an implicit speech installation. The main features of the informative genre of "news" and the concepts of its interpretation are described. The characteristic features of the language of modern television news are explained. An important factor in the non-verbal, as well as verbal, information transfer, is the visual perception of reality as both the addressee and the recipient. Images of any kind: photography, images, and films are known to be evidential. The picture in the television news is characterized by interactive and pragmatic aspects. In this article, the author highlights non-verbal and paraverbal elements of the television news. The usage of visual elements that follow the text makes the process of interpreting messages easier. The selection of photographs plays an important role in creating a manipulative effect. Influence on the viewer can be achieved with the help of a great photo or a well-edited photo to form necessary thoughts, impressions, emotions about the news. News anchors have a clear idea of how and with which communicative intent they are to present news to achieve a desirable communicative influence. Paraverbal means serve as a permanent means of intensifying. All these techniques help to attract the viewer's attention and focus it on certain events. It is an indisputable fact that there is no television news without images. It has also been specified that there are some kind of differences in the choice of video. The news text have primarily more verbal means of expressiveness than the video. The author analyzes verbal, non-verbal and paraverbal means in the text and in the news.

Keywords: verbal, non-verbal and paraverbal means, news text, function, pragmatic influence, images, interaction.

Постановка проблеми. У ХХ столітті вібухово-стрімкий розвиток нових медіа сприяв тому, що писемне мовлення поступово витіснялася мовою зображальною. А. Лісневська зазначає, що стійке сприйняття телевізійних новин людиною полягає у тому, щоб «побачити подію на власні очі, проаналізувати, зробити висновки, сформувати свою точку зору на цю подію» [5, с. 9]. Саме тому у статті розглядаються взаємодія мовних та позамовних елементів новин та результати такої взаємодії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розглядаючи сутнісні характеристики новин, Козолуп М.С. зазначає, що «невербальні компоненти комунікації уможливають створення та використання прагматично успішних дискур-

сів передусім за допомогою преси, радіо та телебачення; тим більше, що технічні можливості сучасних ЗМІ дозволяють використання різноманітних способів презентації та каналів передачі інформації, наприклад, звуку, відеоряду, фотографій, схем, карт» [3, с. 306]. Я.Н. Засурський також уважає, що «текст обростає новими можливостями, і якщо раніше він був лише фіксацією на папері слова, яке звучить, то зараз це і слово, яке звучить, і зорове зображення, і, звичайно, графіка» [2, с. 3].

Після того, як зображення стало невід'ємною частиною висвітлення подій у новинах, основна частина редакторів та авторів почали супроводжувати свої тексти ілюстраціями. Х. Штюркль узагальнив основні переваги комунікації, допо-

вненої зображеннями, і вважає, що при цьому відбуваються: безпосередній «доступ» до реальності; ефективне привернення уваги за допомогою зображень; швидке сприйняття та опрацювання зображення; емоційна участь та емоційний вплив за допомогою візуальної комунікації [10, с. 24].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Комунікація у новинах має полікодовий характер. Текст розглядається з позиції зв'язної та послідовної сукупності знаків. Новинне повідомлення на телебаченні – це сукупність великої кількості компонентів, які мають не лише мовний характер. Ефективність такого повідомлення залежить від взаємодії та злагодженості функціонування усіх вербальних, невербальних та паравербальних засобів. Детальний розгляд усіх зазначених елементів представлений у цій статті.

Мета статті. У статті визначено, чи є вербальний потік інформації у новинах основним, або ж він підсилюється зображенням та власне присутністю самих ведучих, їх поведінкою у студії, а також яким чином автор повідомлення досягає своєї мети: проінформувати та довести правдивість висловлювання, вплинути?

Виклад основного матеріалу. Зважаючи на вищесказане, можна зробити висновок, що без візуального супроводу сприймається набагато менше інформації, ніж із ним. Зображення є засобом візуальної комунікації. Саме тому воно має величезну кількість функцій, за допомогою яких у новинах досягаються документальність та правдивість. О.Є. Анісімова пропонує таку класифікацію функцій зображення, серед них:

- 1) атрактивна (зображення має привертати увагу);
- 2) інформативна (зображення інформує);
- 3) експресивна (зображення впливає на почуття та емоції);
- 4) естетична (зображення реалізує задум автора) [1, с. 15].

Тексти супроводжуються зображеннями, які є свого роду ілюстраціями до них. Тому і функція зображень досить однозначна: інформування та наочна ілюстрація. Зображення виступають гарантією сказаного, адже рівень довіри реципієнтів необхідно заслужити, як і власну глядацьку аудиторію. Глядач вибудовує зв'язок між текстом та зображенням, двома різними системами знаків, які тісно взаємодіють одна з одною.

Наступними за значимістю йдуть атрактивна та експресивна функції. Завданням атрактивної функції текстів теленовін є приваблення якомога більшої кількості глядачів із використанням різних способів прагматичного спрямування. Хоча у новинах це вдається досить важко, експресивна функція допомагає висловлювати суб'єктивно-оцінне ставлення до того, про що йдеться.

Досліджуючи функціональну специфіку зображень, Сергеева Ю.М. та Уварова К.А. підкреслюють, що коли зображення поєднується з усним мовленням, важливим є «забезпечення принципу одноmodalності» – повного збігу зображення та джерела звуку [8, с. 132]. Тобто, необхідно забезпечити «поєднання просторово-часової синхронізації» джерел звуку та зображення. Якщо виникне розрив між каналами, які подають інформацію, це сприятиме нерозумінню цілісного образу [6, с. 147].

О.О. Селіванова визначає всі паравербальні засоби як невербальні, «однак на відміну від невербального масиву знань комунікантів, який не має знакової природи, паравербальні знаки представляють відповідну форму та зміст» [7, с. 130]. В.Г. Колшанський у книзі «Паралінгвістика» підкреслює, що невербальні компоненти комунікації (міміка, жести) відіграють важливу роль у процесі спілкування. Автор вважає, що паралінгвістика «не є залишком або додатком мовної системи, вона є особливим функціональним компонентом прямої системи, тобто комунікативна підсистема, яка доповнює функцію вербальної комунікативної системи» [4, с. 65].

Існує класифікація паравербальних засобів, згідно з якими вони поділяються на:

- 1) фонаційні (тембр, темп, тон, гучність, паузи, індивідуальні особливості мовлення);
- 2) мануальні (жести);
- 3) мімічні (рухи м'язів обличчя);
- 4) пантомімічні (рухи тіла, голови, поза, хода);
- 5) ситуативно-конфігураційні (колір шкіри, характер дихання, погляд);
- 6) одяг, поведінка мовця [7, с. 131].

У конкретному комунікативному акті паралінгвальні засоби передають важливу інформацію, тому що кінетика – це, на думку Хлистової В.Г., комунікативний засіб, який має немовну природу і проявляється руховою активністю людини [9, с. 8].

Кінесичні одиниці характеризуються розмаїтістю структури та багатогранністю рухів людини. Класифікуючи кінетичні одиниці, Хлистова В.Г. виокремлює їх за такими ознаками:

- 1) орган тіла або його частина;
- 2) кількість людей, потрібна для виконання руху;
- 3) контактне або дистанційне розташування комунікантів [9, с. 135].

Учасниками будь-яких новин є автор, ведучий та глядач. Автор утілює свій авторський задум за допомогою тексту, кінетичної та дикторської здатності ведучого. Глядач – один із основних учасників комунікації, оскільки новини, у першу чергу, створені для нього.

О.Є. Анісімова виокремила декілька важливих процесів, які ми можемо адаптувати і до новинного дискурсу та створення новин зокрема:

- 1) процес створення тексту (зародження ідеї, її реалізація, індивідуальні або колективні, свідомі або несвідомі творчі імпульси);
- 2) текст (робота редактора, текстологічний аналіз);
- 3) існуючі (озвучені ведучими) та можливі інтерпретації тексту;
- 4) сприйняття тексту та його інтерпретацій, значення та роль тексту в культурі [1, с. 97].

За теорією селективності у дослідженнях глядацької аудиторії обсяг засвоєння інформації глядачем обмежений. Це означає, що інформація сприймається або візуально, або аудіально. Спочатку опрацьовується інформація з одного каналу, у той час, як інформація з іншого каналу відкладається у пам'яті. Якщо інформація з обох каналів поступає у великих обсягах, відбувається перевантаження, що призводить до певних інформаційних втрат [11, с. 17].

Але існує інша теорія, теорія підсумовування (Summationstheorie), яка говорить про те, що інформація може бути як слід опрацьована, коли паралельно існують і візуальний, і аудіальний ряди, коли вони доповнюють один одного. Якщо існують розбіжності в цих рядах, виникають проблеми із розумінням та сприйняттям інформації [11, с. 22].

Висновки. Теленовини мають сукупність компонентів, які постійно взаємодіють між собою:

- текстові коди (текстові коментарі, рухомий рядок);
- візуальні коди (відеоматеріал, дизайн студії, сюжети, заставки);
- вербальні коди (мова ведучого, журналістів, коментаторів);

– звукові коди (звуковий супровід новин).

У телевізійних новинах мовна презентація йде пліч-о-пліч із візуальним зображенням стану речей та паравербальною поведінкою ведучих. Відчуття довіри, правдивості посилюється шляхом присутності у новинах репортажів з місця події, детальним зображенням або відтворенням подій. Іноді текст та зображення не відповідають один одному і глядач збентежений, він змушений концентруватися або на тексті, або ж на зображенні. Розуміння, сприйняття та освоєння інформації таким чином ускладнюються.

Автор новинного повідомлення має на меті не лише проінформувати глядача, а і вплинути на нього. Задля цього він послуговується усіма мовними та позамовними елементами новин.

Список літератури:

1. Анісімова О.Є. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов) : Учеб. пособие для студ. фак. иностр. яз. вузов. Москва : ТЕЗАРУС, 2013. 121 с.
2. Засурский Я.Н. Медиа́текст в современных СМИ. *Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика*. 2005. № 2. С. 3–15.
3. Козолуп М.С. Реалізація просторової референції у текстах інтернет новин з допомогою засобів невербальної комунікації. *Наукові записки. Серія «Філологічна»*. Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів, 2012. С. 306–308.
4. Колшанский Г.В. Паралингвистика. Москва : Наука, 1974. 80 с.
5. Лісневська А., Коженівська Т. Мистецтво телевізійного репортажу : навч.-метод. посіб. для студ. з напрямку підготовки «Кіно-, телемистецтво та Тележурналістика». Держ. закл. «Луган. нац. ун-т імені Тараса Шевченка». Луганськ : Вид-во ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2013. 190 с.
6. Носуленко В.Н. Психология слухового восприятия. Москва : Наука, 1988. 216 с.
7. Селіванова О.О. Основи теорії мовної комунікації. Черкаси : Вид-во Чабаненко Ю.А., 2011. 350 с.
8. Сергеева Ю.М., Уварова Е.А. Поликодовый Текст: особенности построения восприятия. *Наука и школа*. 2014. № 4. С. 128–134.
9. Хлыстова В.Г. Функционально-структурная и семантическая характеристика кинематических речений, отражающих коммуникативный аспект кинесики: На материале английского языка : дис. ... канд. филол. наук. Нижний Новгород, 2005. 151 с.
10. Stöckl, Hartmut. Die Sprache im Bild – Das Bild in der Sprache, 2004. 98 s.
11. Straßner E. Journalistische Texte. Grundlagen der Medienkommunikation. Tübingen, 2000. 105 s.

References:

1. Anisimova, O.Y. (2013). *Lynhvystyka teksta y mezhkulturnaya kommunykacyya (na materyale kreolyzovannykh tekstov)* [Linguistics of the text and intercultural communication (on the material of creolized texts)]: Ucheb. posobyey dlya stud. fak. ynostr. yaz. vuzov. Moskva: TEZARUS.
2. Zasurskiy, Y.N. (2005). *Medyatekst v sovremennux SMY* [Media text in modern media]. *Vestnyk MHU. Ser. 10. Zhurnalystyka*, no. 2, pp. 3–15.
3. Kozolup, M.S. (2012). *Realizaciya prostorovoyi referenciyi u tekstax internet novyn z dopomohoyu zasobiv neverbalnoyi komunikaciyi* [Implementation of spatial reference in the texts of Internet news with the help of non-verbal communication]. *Naukovi zapysky. Seriya «Filolohichna»*. Lvivskiy nacionalnyj universytet imeni Ivana Franka, Lviv, pp. 306–308.
4. Kolshanskiy, H.V. (1974). *Paralynhvystyka* [Paralinguistics]. Moskva: Nauka. (in Russian)
5. Lisnevskaya, A., & Kozhenovskaya, T. (2013). *Mystectvo televiziynoho reportazhu: navch.-metod. posib. dlya stud. z napryamu pidhotovky «Kino-, telemystectvo ta Telezhurnalystyka»* [The art of television reporting: teaching methods for students "Film, Television Arts and TV Journalism"]. *Derzh. zakl. «Luh. nac. un-t imeni Tarasa Shevchenka»*. Luhansk: Vyd-vo DZ «LNU imeni Tarasa Shevchenka». (in Ukrainian)
6. Nosulenko, V.N. (1988). *Psykhohyya sluxovoho vospryyatyya* [Psychology of auditory perception]. Moskva: Nauka. (in Russian)
7. Selivanova, O.O. (2011). *Osnovy teoriiy movnoyi komunikaciyi* [Fundamentals of the theory of language communication]. Cherkasy: Vyd-vo Chabanenko Y.A. (in Ukrainian)
8. Serheeva, Y.M., & Uvarova, E.A. (2014). *Polykodovuj tekst: osobennosti postroenyay vospryyatyya* [Polycode text: features of construction and perception]. *Nauka i shkola*, no. 4, pp. 128–134.
9. Xlystova, V.H. (2005). *Funkcyonalno-strukturnaya y semanticheskaya karakterystyka kynematycheskykh rechenyj, otrazhayushhykh kommunykativnyy aspekt kynesiky: Na materyale anhlyjskoho yazuka* [Functional, structural and semantic characteristics of kinematic sentences reflecting the communicative aspect of kinesics: On the material of the English language]. (PhD Thesis). Nyzhnyj Novhorod.
10. Stöckl, Hartmut. (2004). *Die Sprache im Bild – Das Bild in der Sprache* [The language in the picture – The picture in the language].
11. Straßner E. (2000). *Journalistische Texte. Grundlagen der Medienkommunikation* [Journalistic texts. Fundamentals of media communication]. Tübingen.