

годов. К вопросу о возможностях многомерного анализа // Преподавание и изучение историографии и источниковедения отечественной истории: проблемы, опыт, поиски, решения. Сб. науч. тр. – Тверь, 1992. – С. 145–160. 5. Попова Т. Н. О понятии «историографический процесс» // История і теорія історичної науки та освіти: Харківський історіографічний збірник / Відп. ред. В. К. Міхєєв – Х., 1995. – Вип. 1. – 124 с. 6. Колесник І. І. Дидактичний образ української історіографії (нотатки на полях підручника) // Джерелознавчі та історіографічні проблеми історії України. Теорія і методологія. Міжвуз. зб. наук. праць / під ред. М. П. Ковальського. – Дніпропетровськ, 1995. – 204 с.

УДК 070:654.197

Вікторія Бабенко

Львівський національний університет імені Івана Франка

ДО ХАРАКТЕРИСТИКИ ТЕРМІНА «ТЕЛЕВІЗІЙНИЙ ТЕКСТ»

© Бабенко В., 2008

Звернено увагу на сучасний категоріальний апарат телезнавства, зокрема поняття «телетекст», з погляду засад семіотики.

Direct attention on the modern category of TV-knowledge, particular of conception textcommunication, from the point of semiotics principles.

Сучасна комунікативно-когнітивна парадигма лінгвістичного знання синтезує різні погляди на дослідження комунікативних процесів, які пов'язані з поданням і сприйняттям інформації в сучасному суспільстві. Значно розширилося коло лінгвістичних зацікавлень теорією засобів масової комунікації. Розвиток нових технічних засобів, поява візуальної інформації сприяли вивченню тексту різними семіотичними системами. У гуманітарній культурі ХХ ст. поняття тексту є одним із стрижневих, його використовують у семіотиці, структурній лінгвістиці, філології, філософії тексту, структурній, генеративній поетиці. Вивчення текстів вимагає комплексного використання методів різних наук – когнітології, лінгвістики тексту, психолінгвістики, теорії масової комунікації, які слугують взаємному збагаченню та оптимізації інформаційних процесів у суспільстві.

Мета – дослідити роль телетексту й телебачення загалом в сучасному суспільстві.

Поняттям *текст* оперують у різних галузях знань. Для цього терміна властиве вузьке та широке значення. Для лінгвістичного напрямку характерне вузьке розуміння. Зберігаючи літературну мову, мовну культуру, лінгвістичний текст постає як важливий вияв загальної культури нації. До його важливих ознак зараховують цілісність, завершеність, зв'язність. Унаслідок «входження» понять і методів семіотики в різні науки утвердилось явище семіотизму – «розширення поняття знака за його істинні межі» [1, с. 17] та утвердилось широке розуміння тексту в семіотичному значенні, яке пропонує розглядати текст як реальність. Під текстом розуміють не лише вербальне сполучення, а й все, що породжує та сприймає людина. Цим терміном можна позначити все, що потрапляє під визначення знака. Отже, текст – це реальність і одиниця культури. За термінологією М. Бахтіна «текст – це будь-який зв'язаний знаковий комплекс» [2, с. 473]. Для Р. Барта будь-який текст – це своєрідна «ехокамера» [3, с. 104].

У 90-х роках ХХ століття в англомовній науковій літературі з'являється термін *медіатекст*, який швидко поширився. Я. Засурський зазначає, що завдяки еволюційним змінам в умовах конвергенції текст набуває нових можливостей, «якщо колись текст був просто фіксацією на папері усного слова, то тепер це й усне слово, і зображення наочне, і, звичайно, графіка» [4, с. 3]. Цінні для теорії масової інформації думки висловлює Ю. Лотман. Він пише, що багатшаровий і семіотично неоднорідний текст, здатний вступати у складні відносини як з навколишнім культурним контекстом, так і з читацькою аудиторією, перестає бути елементарним повідомленням, спрямованим від адресанта до адресата. Виявляється здатність конденсувати інформацію. За визначенням Ю. Лотмана, будь-який текст одночасно «генератор нових значень і конденсатор культурної пам'яті» [5, с. 21].

Текстоцентричний підхід дає змогу розглядати медіатекст як «різновид тексту, що належить масовій інформації та характеризується особливим типом автора (принциповий збіг виробника мови і її суб'єкта), специфічною текстовою модальністю (відкрите мовлення, багатоаспектний вияв авторського я), розрахований на масову аудиторію» [6, с. 15]. Отже, є всі підстави виділити медіатексти як особливий різновид текстів, які є об'єктом вивчення спеціальної галузі – медіалогії. З-посеред медіатекстів виділяють радіо-, телевізійні, газетно-публіцистичні, для яких характерні свої особливості, але за загальними ознаками їх об'єднує сфера масової інформації. «Медіа не відтворюють реальності, а представляють її, використовуючи систему знаків і символів» [7, с. 27].

Концепція медіатексту як об'ємного, багаторівневого явища доповнюється стійкою системою параметрів: спосіб виробництва тексту (авторський – колегіальний); форма створення (усна – письмова); форма відтворення (усна – письмова); канал розповсюдження (засіб масової інформації – носій: газета, радіо, телебачення, інтернет); функційно-жанровий тип тексту (новини, коментарі, публіцистика, реклама); тематична домінанта або належність до стійкого медіатопіку [8, с. 30]. У сучасній аудіовізуальній термінології *текст* здобуває більше поширення ніж *жанр*. Так, Л. Кройчик виділяє п'ять груп текстів, виразно обминаючи термін *жанр*: 1) *оперативно-новинні* – замітка у всіх різновидах; 2) *оперативно-дослідницькі* – інтерв'ю, репортажі, звіти; 3) *дослідницько-новинні* – кореспонденція, коментар, рецензія; 4) *дослідницькі* – огляд; 5) *дослідницько-образні (художньо-публіцистичні)* – нарис, есе, фейлетон, памфлет [9, с. 138, 139].

Поширеним стає аспект вивчення журналістського тексту як динамічного об'єкта: «текст відчувається лише у процесі роботи, виробництва» [10, с. 415]. Телетекст трактують як один із складних витворів людської культури, у якому виявилось напрочуд сильне, органічне для людської природи тяжіння до синкретизму, видовищності, намагання відійти від одноманітності у сприйнятті світу. Це група узгоджених знаків, символічна структура, відкритий семіотичний простір, де взаємодіють різні культурні коди.

Журналіст на екрані виражає себе (промовляє) – вербальними та невербальними засобами, – і це теж один із способів творення тексту. Будь-який телевізійний текст має суб'єкта – автора та семіотичні системи – слово і зображення. Важливими елементами є також невербальні комунікативні сигнали, звуки, шуми, а також денотативний складник телевізійного зображення, під якими треба розуміти шрифти, колір, фотографії; вони стають органічними частинами тексту, виконуючи певну мету.

У телеповідомленні за критерієм семантичної багатозначності можна виділити: *претекст*, *підтекст*, *затекст*, *контекст*. Під *претекстом* розуміють те значення, яке комунікатор хотів надати повідомленню. У ньому закладений баланс між вербальними ресурсами, матеріалом творчості, індивідуальними пріоритетами, смаками творця, форматом телевізійної студії. Дослідниця текстолінгвістики А. Мамалига виділяє в журналістських текстах «матричну» основу – жанрово-стильову, комунікативну, прагматичну, що «поєднується з можливостями варіативної творчої «самоорганізації» [11, с. 5]. Якщо процес творення матеріалу для випуску в ефір осмислюється як текстова діяльність, то об'єкти цієї діяльності *реальна подія* – *медіаподія* – реалізується в моделі дійсності, яку тележурналіст отримав у творчому процесі.

Підтекст – це «діалог» між змістовно-фактуальною і змістовно-концептуальною сторонами інформації; це думки, ідеї в підсумку, ідеали, в ім'я яких робиться той чи інший матеріал, що визначає тлумачення фактів дійсності [12, с. 109]. Він виконує інтегративну функцію в тексті, дає змогу відстежити мотивацію, яка пояснює зв'язок між окремими елементами тексту, які на перший погляд здаються випадковими. Після усвідомлення підтекстів, текст сприймають як зв'язаніший і осмисленіший.

Відображення в тексті події передбачає наявність у ньому *затексту* (те, що за кадром) – фрагменту події, яку описано в тексті. Затекст виражений неявно. Одним із комунікативних завдань медіатексту – описати затекст так, як вважає журналіст [13, с. 66]. Будь-який текст постійно співвідноситься з іншими текстами, веде з ними діалог, орієнтується на контекст. Термін *контекст* має різні аспекти: вербальні, історичні, соціальні, культурні. Контекст у широкому розумінні має лінгвістичні, експресивні і парадигматичні параметри: фізичний носій тексту (журналіст), музика і графіка (відеоряд), невербальна мова (міміка, жест), ситуація. Вживаються вислови «соціальний контекст», «культурний контекст», «духовний контекст» на позначення соціального середовища, ситуації. У широкому значенні до контексту зараховують ситуацію, у якій текст створюється чи сприймається (тобто іноді використовується як синонім до терміна *затекст*). Одержувач телеповідомлення «виймає» з нього своє значення, свій підтекст, іноді відмінний від підтексту комунікатора, трактує його крізь призму суб'єктивного сприйняття.

Динаміку тексту В. Славкін розглядає на трьох рівнях [14, с. 17–19]. Він виокремлює: а) *внутрішньотекстовий рівень* – предметом аналізу стає те, як розгортається в часі опис фрагменту реальної дійсності, що занурена в основу журналістського твору; б) *надтекстовий рівень* – базується на розмежуванні комунікативної діяльності автора і глядача. Традиційно дослідники журналістських текстів звертають увагу на журналістську майстерність, однак важливо вивчати реакцію аудиторії у всіх її виявах; в) *гіпертекстовий рівень* – журналістський текст сприймається як результат мовної діяльності автора у творенні картини світу. Об'єднуючи вербальну, зорову і звукову інформацію, текст є частиною загального – глобального процесу комунікації.

Конвергенційна комплексність, комунікативні інтенції, значні можливості активної дії телеекрана на свідомість, смаки, поведінку громадян свідчать про важливу роль телебачення в сучасному суспільстві. Деякі дослідники масових комунікацій говорять про майбутню епоху «медіократії». Творення медіатексту виділяється в самостійний вид діяльності – текстову діяльність. Однак відчутна проблема вироблення національної професійної термінології, що для молоді науки телезнавства надзвичайно важливо. Національні термінологічні ресурси не завжди належно використовують. Однак загалом процес української словникової творчості триває, це свідчить про потенціал науки.

1. Ибраев Л. Надзнаковость языка (К проблеме отношения семиотики и лингвистики) // Вопросы языкознания. – М., 1981. – № 1. 2. Бахтин М. Проблема текста в лингвистике, филологии и других гуманитарных науках // Литературно-критические статьи / Сост. С. Бочаров, В. Кожин. – М., 1986. 3. Барт Р. От произведения к тексту // Избранные работы: Семиотика. Поэтика. Пер. с фр. / Сост., общ. ред. и вступ. Г. Косикова. – М., 1989. 4. Засурский Я. Медиатекст в контексте конвергенции // Вестник Московского университета. Серия: Журналистика. – 2005. – № 2. 5. Лотман Ю. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история. – М., 1996. 6. Солганик Г. К определению понятий «текст» и «медиаатекст» // Вестник Московского университета. – Серия: Журналистика. – М., 2005. – № 2. 7. Гиляревский Р. Текст как элемент информационной технологии // Вестник Московского университета. – Серия: Журналистика. – М., 2005. – № 2. 8. Добросклонская Т. Медиатекст: теория и методы изучения // Вестник Московского университета. – Серия: Журналистика. – М., 2005. – № 2. 9. Кройчик Л. Система журналистских жанров // Основы творческой деятельности журналиста / Под. Ред. С. Корконосенко. – СПб., 2000. 10. Барт Р. От произведения к тексту // Избранные работы: Семиотика. Поэтика. Пер. с фр. / Сост., общ. ред. и вступ. ст. Г. Косикова. – М., 1989. 11. Мамалига А. Комунікативно-текстові побудови в проекції синергетики // Журналистика. –

К., 2006.– №14. 12. Шаповал Ю. Феномен журналістики: проблеми теорії. Монографія. – Рівне, 2005. 13. Яцимірська М. Сучасний медіатекст: Словник-довідник. – Львів, 2005. 14. Славкин В. Журналистский текст в динамическом аспекте // Вестник Московского университета. – Серия: Журналистика. – М., 2005.– № 2.

УДК 811.161.2'276.6:34

Мирослава Криськів

Тернопільський національний педагогічний університет імені В. Гнатюка

МОВЛЕННЄВИЙ АСПЕКТ ЮРИДИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

© Криськів М., 2008

У статті йдеться про необхідність конкретизувати вимоги до мовленнєвої діяльності у професіограмах спеціалістів юридичного профілю.

The article deals with concrete definition of speech activity specification of law specialists.

Мета – привернути увагу до проблеми підвищення комунікативної компетентності юристів.

Для сучасної вищої освіти характерне велике розмаїття спеціальностей і спеціалізацій, за якими підготовляють фахівців різних галузей науки, культури, народного господарства. І для кожного з них, як і для будь-якої людини, велике значення має мовний розвиток – здатність вступати у мовленнєвий контакт з людьми, сприймати чужі й продукувати власні висловлювання, виражаючи в них свої думки та почуття.

Класифікуючи і характеризуючи професії, психологи передусім звертають увагу, на який об'єкт спрямована діяльність фахівців. Тому й розрізняють групи спеціальностей в системах «людина – природа», «людина – машина», «людина – людина» тощо. Саме до останньої з названих груп належить спеціальність юриста.

Праця юристів, багатогранна і складна, має низку ознак, які відрізняють її від праці людей інших професій. Вона піддається правовому регулюванню. Плануючи свою діяльність у рамках виконання конкретних завдань, кожен працівник юридичної сфери зіставляє свої дії з нормами законодавства.

Юридичні професії дуже різноманітні. У книзі «Юридична психологія» В. Васильєва названо лише найпоширеніші: слідчий, прокурор, адвокат, суддя; експерт-криміналіст, державний арбітр, юрисконсульт, нотаріус, інспектор карного розшуку, інспектор митниці, дільничний інспектор, інспектор ДАІ, інспектор ВБОЗ. Усі вони якоюсь мірою стосуються правоохоронної, правозахисної, правозастосувальної діяльності [1].

А є ще законотворча діяльність, правова пропаганда, викладання юридичних дисциплін та ін. Звичайно, у навчальному процесі диференціювати аспекти професійної підготовки майбутніх