

лосного звука /p/ несе в собі значення нового «new» й охайного «neat» товару брендкових назв одягу та сучасних інноваційних технологій, а в брендкових назвах /n/ несе в собі значення приємного й незвичайного смаку).

**Висновки й перспективи подальших досліджень.** Підсумовуючи, зазначимо, що не можна недооцінювати роль звукосимволізму, аналізуючи рекламне повідомлення, адже встановлено семантичну реалізацію звуків, фоносем у рекламному дискурсі та визначено існування фоносемантичного потенціалу звуків у брендкових назвах їжі, напоїв, одягу, сучасних інноваційних технологій. Дослідження показує, як застосування відповідних фоносем при складанні брендкової назви впливає на реакцію й відчуття покупця. Поєднання конкретних фоносем, що можуть репрезентуватися як окремими звуками, так і звуковими кластерами, створює не лише брендovu назву певного продукту, а й відповідну реакцію покупця на звукову обгортку текстового повідомлення реклами. Крім цього, семіотико-лінгвістичний аналіз рекламного повідомлення уможливорює виявлення форми змісту рекламного повідомлення, визначення фоносемантичного потенціалу звуків англійської мови в конкретних брендкових назвах та розгляду фоносемантичного добору звуків як текстово-рекламної стратегії, що має практичне застосування при створенні брендкових назв.

Одним із перспективних напрямів дослідження реклами як засобу комунікації є її розгляд з огляду на численні методи та методики: використання численних комунікативних тенденцій, яскравих картинок, ілюстрацій у брендкових назвах і слоганах, незвичних шляхів репрезентації значення слогонів за допомогою приказок, прислів'їв, схем, концептів, аналогій, метафор, асоціацій тощо. Варто досліджувати не лише текстове повідомлення реклами, а й зважати на оформлення та образність реклами, досліджувати рекламу товарів в багатоаспектній площині, зважаючи на іконічні, лінгвістичні й звукові (фоносемантичні) коди реклами.

#### *Список використаної літератури*

1. Margaret Magnus. A Dictionary of English Sound [Electronic resource] / Magnus M. – Mode of access : <http://www.trismegistos.com>.
2. Downing L. H. Text World Creation in Advertising Discourse [Electronic resource] / L. H. Downing. – Mode of access : <http://www.ucm.es/info/circulo/no13/hidalgo.html>
3. Umberto Eco. Towards a Semiotic Inquiry into the Television Message: Internationalizing Cultural Studies / Acbar Abbas and John Nguyet Erni : Blackwell Publishing Ltd, 2005. – P. 237–252.

Статтю подано до редколегії  
21.03.2012 р.

УДК 811.111'344

О. Б. Рубчак – аспірант Київського національного  
лінгвістичного університету

### **Мовні характеристики текстів англомовних інтерв'ю**

*Роботу виконано на кафедрі германської  
і фіно-угорської філології КНЛУ*

У статті обґрунтовано необхідність проведення сумісного аналізу лексико-фразеологічних і граматичних засобів реалізації англомовних радіо- і телеінтерв'ю, які зумовлюють специфіку просодичної актуалізації текстів інтерв'ю, а також окреслено особливості вживання вказаних мовних засобів мовцями різного соціокультурного рівня під час створення текстів інтерв'ю різного ступеня підготовленості.

**Ключові слова:** діалог, інтерв'ю, лінгвальні засоби.

**Рубчак О. Б. Языковые характеристики текстов англоязычных интервью.** В статье обоснована необходимость проведения совместного анализа лексико-фразеологических и грамматических средств реали-

заци англоязычных радио- и телеинтервью, которые обуславливают специфику просодической актуализации текстов интервью, а также определены особенности употребления указанных языковых средств говорящими разного социокультурного уровня во время создания текстов интервью различной степени подготовленности.

**Ключевые слова:** диалог, интервью, языковые средства.

**Rubchak O. B. Language Characteristics of English Interview.** The article focuses on combined analysis of lexical-and-phraseological and grammatical means of English radio- and TV interview realization that produce the main influence on the conformities of the speaker's choice of these means, as well as on peculiarities of use of mentioned above means by speakers of different sociocultural level during prepared/spontaneous interview.

**Key words:** dialogue, interview, language means.

**Постановка наукової проблеми та її значення.** Вивчення лінгвістичного аспекту текстів масової інформації становить важливу й актуальну проблему в мовознавстві, яка вирішується дослідженням їх лінгвальних і позалінгвальних засобів. Так, започаткований у нашій праці розгляд лінгвальних ознак англійських інтерв'ю показав, що для адекватного опису специфіки функціонування просодичних засобів реалізації інтерв'ю потрібно й достатньо здійснити експериментальне зіставлення і співвіднесення просодичних засобів із провідними лексико-фразеологічними та граматичними (синтаксичними) засобами. Вивченням лексико-фразеологічних і граматичних засобів діалогічного тексту в цілому й інтерв'ю зокрема займалися такі науковці, як А. М. Анощенкова, В. В. Бузаров, Т. Г. Добросклонська, Д. Кристал та ін. Однак, незважаючи на всі здобутки, залишається невирішеним питання встановлення лексико-фразеологічних та граматичних особливостей підготовлених, частково підготовлених і спонтанних інтерв'ю, створених за участі мовців різного соціокультурного рівня.

**Актуальність** нашого дослідження зумовлена цілісним підходом до процесу комунікації, а також підвищеним інтересом науковців до текстів масової інформації. **Мета** статті – проаналізувати механізми використання лексико-фразеологічних і граматичних засобів мовцями різного соціокультурного рівня під час підготовленого, частково підготовленого й спонтанного інтерв'ю.

**Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження.** Зазвичай у процесі створення тексту інтерв'ю використовується переважно загальнонародна мова. При цьому стислий аналіз наукових праць, присвячених розгляду лексичних засобів актуалізації текстів інтерв'ю, засвідчує наявність таких найбільш уживаних лексичних засобів, що використовуються мовцями в підготовлених, напівпідготовлених і спонтанних текстах інтерв'ю: 1) okazіоналізми; 2) неологізми; 3) терміни та професійна лексика.

З'ясовано також, що інтерв'ю характеризується широким використанням звертань і формул мовленнєвого етикету [1, 5; 4, 150; 7, 93]. При цьому слід зазначити, що використання звертань та формул мовленнєвого етикету зустрічається в усіх видах інтерв'ю – і підготовлених, і спонтанних.

Разом із тим, за спостереженням Т. Г. Добросклонської [6, 79–111], на лексичному рівні інтерв'ю притаманні такі базові ознаки:

- 1) наявність значної кількості іменникових словосполучень;
- 2) уживання багатоеlementних (в основному, двох- і трьохелементні) лексичних сполучень;
- 3) функціонування атрибутивних словосполучень типу прикметник + іменник (A + N), словосполучень із прислівниками типу прислівник + прикметник (Adverb + Adjective) і дієслово + прислівник (Verb + Adverb). Адвербіальні конструкції типу прислівник + прикметник (Adverb + Adjective), як зазначає дослідниця, використовуються мовцями для посилення чи уточнення значення прикметника, а конструкція типу дієслово + прислівник (Verb + Adverb) допомагає точніше висловити думку чи оцінку;

- 4) використання кліше, основною ознакою яких є параметр неідіоматичної глобальності, тобто спрямованість на об'єкт у цілому;

- 5) наявність узуально-клішованих словосполучень, які виявляють тематичну співвіднесеність з основними стійкими медіа-топіками, такими як, наприклад, політичне життя, бізнес, економіка, освіта, культура, спорт та ін. При цьому авторка особливо наголошує, що будь-яке повідомлення, яке належить до певної медіа-теми, конструюється на основі саме таких узуально-клішованих словосполучень, які переходять з одного тексту в інший і виступають сталим складником повідомлення на певну тему;

- 6) уживання стійких колокацій, тобто словосполучень, що належать до універсального шару мови, які поширені у сучасній англійській мові, не виявляючи при цьому видимої тематичної співвіднесеності [6, 79–111].

До того ж, у праці [8, 5] розглядаються такі притаманні інтерв'ю групи лексичних одиниць, як: 1) нейтральні пропозиційні показники (*for example, it is known, obviously*); 2) групи лексичних одиниць, які вказують на початок викладу аргументів (*you mentioned..., just...*); 3) лексичні одиниці, що вказують на послідовність викладу (*firstly, secondly*); 4) показники завершення викладу повідомлення (*finally, in addition, and then*).

Результати низки досліджень засвідчують, що для інтерв'ю характерним є вживання конотативних сполучень, словосполучень з експресивно-оціночними конотаціями, які використовуються для посилення значення, коли мовець висловлює власну точку зору чи оцінку [5, 25–26; 6, 112]. Як правило, мовці широко використовують словосполучення з прикметниками, які містять оцінку, наприклад: *lovely, nice, good, beautiful, pretty, charming, astonishing, fantastic, terrific, magnificent*, що дають можливість установити тісний контакт зі слухачами/глядачами, створити ілюзію невимушеної бесіди.

При цьому слід зазначити, що для багатьох інтерв'ю типовою є наявність словосполучень, які відображають культурно-ідеологічні особливості певної мовленнєвої спільноти. Ці словосполучення можуть позначати реалії, виконують експресивно-описову функцію, оскільки виступають як основа стилістичного прийому алюзії, а також допомагають чітко висловити позицію мовця [5, 21; 6, 100–101, 113–115, 133].

Очевидно, що в цілому підготовлені, напівпідготовлені і спонтанні інтерв'ю характеризуються використанням аналогічних лексичних засобів. При цьому слід зазначити, що ступінь правильності використання лексичних засобів залежить від соціокультурного рівня мовця.

Потрібно зауважити також, що вивчення лексичних засобів текстів англомовних інтерв'ю залежно від ступеня підготовленості мовця, які можуть здійснювати суттєвий вплив на специфіку взаємодії просодичних засобів усної актуалізації текстів указанного жанру, слід віднести до питань, що не отримали до цих пір остаточного й повного вирішення.

Щодо граматичних особливостей текстів інтерв'ю, то вони досліджувались у працях і вітчизняних [3], і зарубіжних лінгвістів [9, 291]. Так, результати низки досліджень засвідчують, що спільними для всіх типів інтерв'ю є широке використання різних видів вигуків, модальних слів і модальних дієслів, вставних конструкцій [1, 5; 4, 150; 10, 254] тощо.

Водночас проведений огляд наявних думок засвідчив існування відмінностей підготовлених і непідготовлених/напівпідготовлених інтерв'ю на граматичному (синтаксичному) рівні.

Цілком природно при цьому, що для підготовлених інтерв'ю властивими є розгорнутість викладу матеріалу, точність, повнота висловлення думки, логічна послідовність, завершеність, дотримання граматичної правильності конструкцій, відсутність повторів, незначна кількість заминок [1, 5–6].

Спонтанне діалогічне мовлення, у свою чергу, має такі специфічні особливості використання граматичних (синтаксичних) засобів мови [1; 4; 7; 9]:

- 1) наявність еліптичних конструкцій;
- 2) використання усічених (скорочених) форм двох слів, що утворюють одну звукоформу;
- 3) уживання субститутів і дейксиса, напр., *that one, in here, right now* та ін.;
- 4) переважання простих у структурному плані речень;
- 5) переважне вживання паратаксису;
- 6) використання конструкцій із надлишковою кількістю мовних засобів;
- 7) наявність випадків граматичної неузгодженості;
- 8) функціонування конструкцій із двома підметами чи додатками;
- 9) взаємне перебивання, яке локалізується переважно після синтаксично незавершеної фрази, зокрема після сполучників *and, but, because*, призначення яких полягає у введенні нової фрази з додатковою інформацією;
- 10) паралелізм реплік, метою якого є уповільнення темпу діалогу, отримання часу для обдумування репліки співрозмовника чи відповіді на неї. Просодично такий повтор виділяється переходом на більш високий рівень базового тону та напруженим голосом. В інтонації зберігається розміщення словесного наголосу, але зняті чи зведені до стандарту фразові акценти. Водночас в інтонації відсутнє сковзання тону, яке покликане виражати іллокутивну мету [1, 5; 2, 671–673];
- 11) контамінація, яка полягає в тому, що структура початку речення відрізняється від структури його кінця, оскільки мовець «перескакує» з однієї синтаксичної конструкції на іншу.

При цьому потрібно зазначити, що всі описані вище ознаки надають спонтанному діалогу, зокрема інтерв'ю, «кострубатість» мовлення [1, 5].

Окрім перерахованих вище елементів розмовного синтаксису, типовими для спонтанних інтерв'ю вважають повтори [6, 121–122], а саме: 1) повтори внаслідок непідготовленого мовлення, тобто ті, які виникають тоді, коли, не знайшовши потрібне слово, мовець повторює ту чи іншу частину висловлювання для уникнення паузи; 2) повтори, що відображають спрямованість інтерв'ю на переконання слухачів у достовірності, щирості власного мовлення. Синтаксичні повтори посилюють ритміко-мелодичну виразність мовлення і, завдяки аналогічності синтаксичної будови частин речення або власне речень, надають висловлюванню чіткості, створюють урочистість, піднесеність тону всього відрізка мовлення.

Досліджуючи синтактико-стилістичні особливості жанру радіоінтерв'ю, О. Ф. Архипов [3, 94–97] відзначає, що одним із показників діалогічності інтерв'ю є ознаки мовленнєвої взаємодії, зверненості мовлення до конкретного співрозмовника, що виражається за допомогою звертань і використання займенників *you, your*. Особисте звертання, на думку автора, вживається репортером неодноразово, не лише на початку і в кінці бесіди, й у її основній частині, що пояснюється не стільки необхідністю ввічливій формі включити співрозмовника в діалог, скільки прагненням журналіста в ході бесіди органічно представити слухачам/глядачам цікавого співрозмовника, підкреслити момент оригінальності інформації.

Водночас прагнення репортера висунути на перший план свого співрозмовника, а самому при можливості залишитись у тіні, пояснює той факт, що сам співрозмовник, за певними виключеннями, звертань не вживає, а зверненість до журналіста виражає конструкціями із займенниками *you, your* [3, 95].

Безумовно, що під час вивчення особливостей просодичних засобів реалізації англійських радіо- й телеінтерв'ю важливого значення набуває зіставлення та співвіднесення результатів фонетичного дослідження зі специфікою використання лексико-фразеологічних і граматичних засобів, яке має здійснюватися з урахуванням ступеня підготовленості мовлення на тлі існування загального соціокультурного поля комунікантів.

**Висновок.** Отже, під час експериментально-фонетичного дослідження текстів англійських радіо- і телеінтерв'ю виникає потреба у проведенні сумісного аналізу лексико-фразеологічних, граматичних й інтонаційних засобів, які, утворюючи єдиний комплекс, взаємодіють між собою в процесі комунікації. При цьому, в межах нашого дослідження більш детального розгляду потребує специфіка функціонування просодичних засобів актуалізації текстів англійських радіо- і телеінтерв'ю, а також взаємодія лінгвальних і позалінгвальних засобів.

#### Список використаної літератури

1. Анощенкова А. М. Интонационные характеристики спонтанной речи и чтения диалогического текста (экспериментально-фонетическое исследование) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : спец. 10.02.04 «Германские языки» / А. М. Анощенкова. – М., 1977. – 24 с.
2. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека / Нина Давидовна Арутюнова. – М. : Языки рус. культуры, 1999. – 894 с.
3. Архипов А. Ф. Некоторые синтактико-стилистические особенности жанра радиointerview в их экстралингвистической обусловленности (на материале радиовещания ГДР) / А. Ф. Архипов // Сб. науч. тр. Моск. гос. пед. ин-та иностр. языков им. М. Тореза. – 1974. – Вып. 82. – С. 91–97.
4. Бузаров В. В. Изучение диалогической коммуникации – основная задача коммуникативной грамматики / В. В. Бузаров // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 9 : Филология. – 2002. – № 1. – С. 148–152.
5. Глинчевский Э. И. Средства речевого воздействия в языке СМИ / Э. И. Глинчевский // Вестн. МГУ. Сер. 19 : Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2005. – № 4. – С. 18–27.
6. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика : системный подход к изучению языка СМИ (Современная английская медеа-речь) / Т. Г. Добросклонская. – М. : Флинта ; Наука, 2008. – 264 с.
7. Костюк С. В. Полилог в деловом общении / С. В. Костюк // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 19 : Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2001. – № 3. – С. 88–99.
8. Попова Е. А. Культурно-языковые характеристики политического дискурса (на материале газетных интервью) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : спец. 10.02.19 «Общее языкознание» / Е. А. Попова. – Волгоград, 1995. – 20 с.
9. Crystal D. The Cambridge Encyclopedia of Language / David Crystal. – Cambridge : Cambridge University Press, 1995. – 489 p.
10. Nechiporenko V. Dialogue and dialogue teaching / V. Nechiporenko // Проблемы семантики слова, речення та тексту. – 2003. – Вып. 9. – С. 252–256.

Статтю подано до редколегії  
21.03.2012 р.