

*Дзюбіна О. І.,**кандидат філологічних наук,**викладач кафедри англійської філології та методики навчання англійської мови
Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка*

СЛЕНГ В АНГЛОМОВНОМУ КІНОДИСКУРСІ (НА МАТЕРІАЛІ СЕРІАЛУ «ДРУЗІ»)

Анотація. Статтю присвячено дослідженню питання використання емоційно-забарвленої лексики фамільярного стилю у межах сучасного англомовного кінодискурсу. У матеріалі також розглядається доцільність вживання сленгізмів у розрізі зазначеної теми, проаналізовано серіал на наявність останніх. Зміни в комунікативній реальності наприкінці ХХ – початку ХХІ ст. висувають нові вимоги до лінгвістичного дослідження.

Місце суто вербальних текстів, вільних від елементів інших семіотичних систем, займають медіатексти. Книга втрачає свої позиції в дискурсі розваг та поступається художньому фільму. Саме кінематограф є джерелом більшості текстових ремінісценцій, що функціонують в повсякденній комунікації.

Художній фільм як знаковий простір є текстом, зануреним в соціальний контекст, тому його доцільно аналізувати як текстово-дискурсивне утворення. Кінодискурс і його аспекти викликають стійкий інтерес дослідників у різних галузях, зокрема у філософії, семіотиці, літературознавстві, мистецтвознавстві, культурології та іншого. Розгляд цього лінгвістичного матеріалу здійснюється в межах дослідження аудіовізуальних текстів взагалі, а також при вивченні різних аспектів безпосередньо кінофільмів.

Дослідження кінодискурсу видається актуальним беручи до уваги той факт, що цей вид дискурсу, як жоден інший, здатний змінювати, сприймаючи його аудиторію, нав'язуючи певні ритуали, моделі поведінки, програмуючи світоглядні, споживчі та інші установки, тобто він володіє суттєвою силою. Провідні дослідники англомовного кінодіалогу вказують, що екстенсивна, багаторазова дія ЗМІ протягом тривалого часу поступово змінює наше уявлення про світ і соціальні реальності та підкреслює, що саме голлівудське кіно сприяло поширенню та популярності англійської мови в усьому світі. Інші дослідники зазначають, що телебачення стає найважливішим агентом соціалізації і потужним чинником формування системи цінностей.

Ключові слова: сленг, англійська мова, кінодискурс, кіноіндустрія.

Постановка проблеми. Останнім часом дослідження кінодискурсу досягли піку. Полікодова сутність поняття зумовлює зміни й модифікації у трактуванні. У такому світлі кінодискурс як феномен на перетині численних дисциплін знаходиться в епіцентрі наукових пошуків лінгвістики, літературознавства, соціолінгвістики, лінгвістичної та філософської антропології, філософії семіотики й кіносеміотики, критичного дискурсуаналізу, теорії кінематографу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розмаїття аспектів дослідження кінодискурсу як «мультимодального семіотичного явища» включає аналіз із погляду діалектології (В. Гаас) і соці-

олінгвістики у світлі теорії варіацій (Р. Местрі), кодової комутації (К. Джонсон), драматичності телевізійних діалогів (К. Річардсон), мовно-ідеологічних співвідношень і проблем мультлінгвалізму (Л. Бляйхенбахер), гендерної дискримінації (Дж. Рей). Г. Слишкін пропонує термін «медіатекст», розглядаючи кінодискурс із позиції прагмалінгвістики. М. Єфремова та М. Ворошилова використовують поняття «креолізований текст».

Західні лінгвісти надають перевагу терміну «мультимодальний дискурс» (multimodal discourse, Р. Джонс), language of film, film-as-text (Androusoopoulos), рідше cinematic discourse, film discourse, filmic discourse, telecinematic discourse (Piazza) film dialogue (S. Kozloff, J. Jaecle). За дефініцією І. Лавріненко кінодискурс є поліковою когнітивно-комунікативною єдністю семіотичних одиниць, що характеризується зв'язністю, цілісністю, завершеністю, адресатністю й утілюється згідно із задумом колективного автора [10].

Предметом дослідження є сленг у англомовному кінодискурсі – використання емоційно-забарвленої лексики фамільярного стилю у аудіовізуальному виді дискурсу.

Мета статті – проаналізувати видимі риси сленгу в американському кінотексті.

Виклад основного матеріалу. Кіно для середньостатистичної людини сьогодні – одна з найзатребуваніших розваг. Це вдале поєднання технічного та емоційного аспектів, що здатне змінювати систему цінностей особи. Залежно від того, яку ідею сформовано й покладено у сюжет стрічки – глядач має отримати дозу мотивації та натхнення, а може стати мішенню маніпуляцій та пропаганди. На думку В. А. Хомякова, кіно постійно визначає, зміцнює та перетворює світосприйняття глядача [4, с. 64].

Тисячоліттями своєю впливовістю відзначалися тексти. Однак, усе змінилося з появою телекомунікацій. У сучасному світі цю роль тепер відіграє медіа-текст. Це і є той самий, але удосконалений аудіо-візуальним супроводом, матеріал. Хоча, після режисерської роботи та з виведенням тексту на екран, дуже часто він перестає нести свій першопочатковий задум

Питання було вивчене та проаналізоване низкою відомих дослідників, серед яких А. Зарецька, О. Каменська, Л. Козуб, Е. Партрідж, І.Л. Ален, Р. Фергуссон, на праці яких посилається автор.

Одним із інструментів сьогодення справедливо вважати мову як основний метод спілкування. Величезна кількість людей використовує її як засіб зв'язку у найрізноманітніших сферах життя: починаючи від ділових зустрічей, закінчуючи культурними заходами. Це – ефективний спосіб передачі інформації та повсякденного спілкування, який допомагає людям із різних куточків планети не тільки розуміти одне одного, а ще

й домовлятися про якісь спільні процеси. Формат спілкування визначається подачею обраної для процесу лексики. За її забарвленням можна легко визначити, до якої верстви населення належить мовець та який настрій слугував рушієм для викладеного.

Емоційний складник є значущою частиною комунікаційного процесу, що відображає розуміння стану людини та її основних потреб. Для мовного відображення емоцій В. Шаховський відводить три групи лексики: лексика, що називає, описує та виражає емоції. Приведені категорії призначені для вияву експресивного стану мовця [5, с. 192]. Саме тому у лінгвістиці кінодискурс посідає важливе місце серед царини досліджень.

Кінодискурс – це аудіовізуальний вид дискурсу, специфіка якого у тому, що шлях інтерпретатора наявний у ньому від тексту до мови, тоді як у природному живому спілкуванні порядок інший – від мови до тексту [8, с. 85].

Намагаючись спростити сприйняття тексту певного фільму споживачами, у кінодискурсі зн використовується спектр найрізноманітнішої лексики. Серед можливих лексичних засобів: професіоналізми, сленгізми, жаргонізми, діалектизми, поетизми, архаїзми, неологізми, варваризми й тому подібне. Такий підхід допомагає наповнити та увиразнити репліки героїв, робить їх зрозумілішими й емоційнішими, що дає можливість чітко розпізнати палітру почуттів, якими володіє персонаж, а також дістати вказівку на розуміння соціального статусу героя.

Одним із відомих сленгологів є Ерік Партрідж. Він називає свою одиницю вивчення квінтесенцією розмовного мовлення: *“Slang, being the quintessence of colloquial speech, must always be related to convenience rather than to scientific laws, grammatical rules and philosophical ideals”* [7, с. 146]. Він вказує, що сленг використовує людина весела, молода та грайлива. Головною метою вживання останнього дослідники приурочують вираженню почуття приналежності до певної соціальної групи. Е. Партрідж також зазначає, що сленг доволі не нове явище, його можна було зустріти також у грецькій та латинській мовах. Проте, погоджується з тим, що англійський сленг – неповторний [7, с. 146].

Рзвиток та популяризація сленгу залежить від продуктивності кіномистецтва, а надто від Голлівуду й подібних провідних виробників фільмографії.

Під час дослідження взято й проаналізовано сленгізми з серіалу «Друзі» з метою набути уявлення про те, за яких обставин сленг найчастіше був вжитий героями стрічки:

It's a little flashy – Так собі, блискітка (знецінення, у відповідь на репліку партнера);

Bummer – Невдача (найдаліше описує характер ситуації);

Drop a dime – Заклав (характеристика дії героя);

Atta boy – От молодець! (похвала – той випадок, коли сленгова одиниця має стилістичне забарвлення);

You're a big scud! – Трясця! (емоційна відповідь);

Can open, worms everywhere – Розкрилася жахлива правда (чудово розкриває суть ситуації та якнайкраще пояснює емоційний стан).

Під час дослідження нами було виявлено, що у першому сезоні серіалу «Друзі» понад 60% усіх реплік становлять сленгізми, а це більша половина тексту. Також, варто зазначити, що обраний нами серіал ідеально підходить для аналізу, оскільки у серіалі «Друзі» добре представлені різновиди сленгу: молодіжний сленг, ненормативна лексика та інші.

Висновки. Сленгізми – це слова або вислови усного мовлення, які є характерними для людей певних соціальних та професійних груп. Це завжди актуальна тема для досліджень. У переважній більшості вважається, що сленг має лише обмежено жартівливе забарвлення. На практиці виявляється, що це далеко не так. Він пов'язаний із літературною мовою та може вживатися у будь-якому розумінні.

За допомогою методу аналізу попередніх досліджень та обраного кінотексту можна дійти висновку, що розуміння особливостей використання цього мовного засобу дає нам право стверджувати, що ми можемо створити портрет конкретного героя: змалювати його психотип, окреслити можливі варіанти його подальшої поведінки, розглядати авторську позицію стосовно певної ситуації. Звідси стає зрозуміло, що сленг неможливо ігнорувати ані авторам, ані режисерам і, саме тому ми маємо можливість переглядати вкрай емоційно насичені стрічки й переймати закордонний досвід. Адже сленгізми давно не мають ніякого географічного обмеження. Кінокультура поширює цю легку експресивність навіть швидше, ніж продукує.

Кінодискурс класифікують за низкою критеріїв: за змістовим критерієм, за метою і комунікативними принципами, за характером компонента інформативності, за жанром і цільовою аудиторією. Проте термінологічні розбіжності й недостатня розробленість критеріїв класифікації зумовлюють перспективи подальшого дослідження.

Література:

1. Денисова С.П. Дискурс у сучасних комунікаційних системах / С.П. Денисова // Дискурс у комунікаційних системах. Збірник наукових статей. К. : КиМУ, 2004. С. 5–14.
2. Сфімов Л. Стилістика англійської мови і дискурсивний аналіз: учбово-методичний посібник / Л. Сфімов, О. Ясінецька. Вінниця : Нова книга, 2004. 240 с.
3. Карасик В. Языковые ключи / В.И. Карасик. Волгоград : Парадигма, 2007. 520 с.
4. Хомяков В.А. Три лекции о сленге : [пособие для студентов англ. отд-ния пед. вуза] / В.А. Хомяков. Вологда : ВГПИ, 2009. 64 с.
5. Шаховский В. Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка / В. Шаховский. Воронеж : Изд-во Воронежск. гос. ун-та, 1978. 192 с.
6. Halliday M.A. Linguistic function and literary style: An inquiry into the language // Essay in modern stylistics. L.; N.Y., 1981. 247 p.
7. Partridge, E. Slang Today and Yesterday/ E. Partridge. New-York : The Macmillan, 1934. 476 p.
8. Richard J. Pragmatics and Cinematic Discourse / Janney Richard. // Lodz Papers in Pragmatics. 2012. № 8. 113 p.
9. Матеріали Круглого столу «Кінодискурс у лінгвістиці та соціології» [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://mediatoros.org/>.
10. Сценарій американського ситкому «Друзі», продюсерської компанії «Брайт/Кауфман/Крейн продакшенс», 1994, 2004 р., 1, 2, 3, 15, 20 серії 1 сезону [Електронний ресурс]. URL: <http://notabenoid.com/book/16784>.

Dziubina O. Slang in the English cinematic discourse (on the material of the «Friends» series)

Summary. The article is devoted to the study of the use of emotionally-colored vocabulary of a familiar style within the framework of modern English cinema discourse. Cinematic discourse, as defined here, is not language use in film (dramatic dialogue, fictional conversation, scripted interaction) but the audiovisual discourse of film narration itself: the discourse of mise-en-scene, cinematog-

raphy, montage, and sound design used by filmmakers in narrating cinematic stories.

Cinematic discourse is filmmakers' main expressive vehicle and primary form of communication with, and influence over, film viewers. The cinematic discourse is interpreted as a complex integrated socially and culturally conditioned mental-communicative phenomenon that is characterized by a combination of lingual and non-lingual codes in its structure and is polycoded and multimodal by its nature.

The cinematic discourse contains more than two heterogeneous systems: verbal (speech), non-verbal (gestures, facial expressions, etc.) and non-lingual represented by cinematic means (close-up, camera movement, lighting, noise, music etc.). It is the inseparable combination of three semiotic systems, each is an obligatory element that serves to construct the cinematic meaning. The cinematic

discourse contains various heterogeneous systems that make one perceptual flow.

The polycoded nature of the cinematic discourse focuses on the combination of several code systems attracted by filmmakers to construct the meaning. The multimodal nature of the cinematic discourse emphasizes its dynamic character and focuses on the addressee considering his cognitive and social features. The combination of different semiotic systems conduces to the film meaning construction.

The article also looks into the expediency of using slang words in the context of the topic, analyzes the series for the presence of the latter.

Key words: slang, English language, cinematic discourse, film industry.