

Д. Ю. Шаргаева
Минск, МГЛУ

ОСОБЕННОСТИ МОДЕЛИРОВАНИЯ КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ УЧАСТНИКОВ БЕЛОРУССКОГО ДЕТСКОГО ТЕЛЕДИСКУРСА¹

В статье раскрываются особенности коммуникативного поведения участников детских телепередач, обусловленные функциями, реализуемыми в процессе программы, а также спецификой аудитории, на которую направлен данный вид дискурса. Руководящая роль в развлекательно-дидактическом дискурсе принадлежит ведущему, поэтому можно говорить об инициативной модели детской передачи.

¹Исследование выполнено в рамках научно-исследовательской работы «Коммуникативный и лингвопрагматический профиль участников детского теледискурса в сопоставительном аспекте» при поддержке Белорусского республиканского фонда фундаментальных исследований (договор с БРФФИ № Г18М-158 от 30.05.2018 г.).

Процесс социализации проходит через подражание, ребенок старается копировать взрослых, любимых персонажей, поэтому характерно, что в рамках детских передач широко используются сюжетно-ролевые игры и ситуационные модели, позволяющие познавать специфику личностных отношений и поведенческих процессов. Выбор персонажей передачи (детеныши животных, сказочные персонажи) также объясняется возрастными особенностями аудитории.

В дошкольном возрасте внимание и память прямо зависят от интереса, поэтому участники детских передач прибегают к использованию определенных коммуникативных стратегий и тактик с целью привлечения и поддержания внимания зрителей, а также ряда приемов и конкретных языковых средств.

Одним из приоритетных направлений современной лингвистики является исследование национального *коммуникативного поведения* различных лингвокультурных общностей, под которым понимается совокупность норм и традиций общения народа, социальной, возрастной, гендерной, профессиональной групп, а также отдельной личности [1, с. 3]. Феномен привлекает внимание ученых в связи с расширением межнациональных контактов, фокусированием внимания на национальной самобытности различных народов, необходимостью систематизации фактов проявления национальной специфики в общении того или иного народа и, следовательно, активным развитием контрастивных, межкультурных исследований, антропоцентрической лингвистики [2; 3].

В ходе изучения национального коммуникативного поведения исследователями выделяются его доминантные черты, подразумевающие особенности, характерные для разных возрастных, гендерных и социальных групп, проявляющиеся в разных, но однотипных коммуникативных ситуациях [4] не только на вербальном, но и на невербальном уровне. Под вербальным коммуникативным поведением понимается совокупность норм и традиций общения, связанных с тематикой и особенностями организации процесса общения в определенных коммуникативных условиях. Невербальное коммуникативное поведение трактуется как совокупность норм и традиций, определяющих требования к организации ситуации общения, физическим действиям, контактам и расположению собеседников, невербальным средствам демонстрации отношения к собеседнику, мимике, жестам и позам, сопровождающим процесс общения и необходимым для его осуществления [1, с. 5]. Как отмечается исследователями, сходство между вербальными и невербальными компонентами коммуникации заключается в том, что все они имеют знаковый характер, являются социально и культурно обусловленными и подвержены индивидуальным вариациям.

Особенности коммуникативного поведения участников детских телепередач обусловлены функциями, реализуемыми в процессе программы, а также спецификой аудитории, на которую направлен данный вид дискурса. Коммуникативное поведение участников программ для детей и их воздействие на ребенка необходимо изучать исходя из анализа потребностей и особенностей его возрастного развития. В нашем исследовании мы рассматриваем особенности передач белорусского телевидения, ориентированных на детей дошкольного (от 3 до 6 лет) и младшего школьного возраста (от 7 до 10 лет).

Современное телевидение значительно влияет на подсознание ребенка, развивая и формируя личность. Передачи для детей позитивно воздействуют на культурное развитие человека и дают возможность совершенствоваться и познавать мир, самостоятельно анализировать полученную информацию

и делать выводы, развивать мышление, выполняя, таким образом, наряду с развлекательной информационную, рекреативную, образовательную и воспитательную функции [5, с. 56]. В этом состоит одно из достоинств телепередач для детей.

Детские телепередачи, в отличие от других разновидностей медиадискурса, тщательно подготовлены, лишены спонтанности и импровизации. Сюжет каждой программы, распределение коммуникативных ролей персонажей и их реплики заранее подготовлены и отредактированы. И то, что зритель видит на экране во время эфира, является спланированным и целостным продуктом теледискурса. Тем не менее решающая роль в развлекательно-дидактическом дискурсе принадлежит персонажу-ведущему, который непосредственно налаживает контакт со зрительской аудиторией, а также другими персонажами, ставит конкретные проблемные вопросы, очерчивает проблемную ситуацию и побуждает собеседников к обсуждению и поиску способов решения проблемы.

Таким образом, благодаря руководящей роли ведущего можно говорить об инициативной модели детской передачи. Реализации этой роли способствуют определенные языковые средства, среди которых особое место занимают вопросы и реплики, содействующие раскрытию проблемы. Ведущий «отслеживает» последовательность коммуникативных ролей и «руководит» ходом сюжета, задавая вопросы для введения в проблемную ситуацию (*І чым вы тут заняты, што мяне не бачыце і не чуеце?*), побуждая к ответу (*А што вы, дазвольце даведацца, прапаноўваеце галоўным архітэктарам?*), объявляя о переходе к другой теме, предлагая варианты решения проблемы (*Не вешаць насы! У мяне прапанава!*), давая комментарии с целью обсуждения других аспектов проблемы (*Шудоўна! А можаце мне падказаць, чым птушкі любяць ласаванца?*).

Но нельзя говорить лишь о доминирующей роли ведущего. В ходе передачи не редко происходит мена коммуникативных ролей и данную позицию может занять один из персонажей, а ведущий, участвуя в сюжетно-ролевой игре, помогает продемонстрировать проблему с иной стороны, предлагая зрителю как бы поучаствовать в поиске решения:

Феечка: Ого! Як вы сабе гэта ўяўляеце?

Яначка: Ну, напрыклад. Мы нібы птушыная сям'я. Вы – матуля, а Нестар быццам тата, а мы вашы дзеці. Так?

Феечка: Уявіла.

Буслік: ... А вам, матуля, трэба нам вячэру гатаваць.

Феечка: Так, вячэру значыцца.

Яначка: Вы час не губляйце, а гатуйце, гатуйце.

В приведенном примере можно увидеть, как персонаж-ведущий (Феечка) уступает свою позицию другим персонажам, принимая участие в их игре, примеряя на себя иную социальную роль, роль матери. Персонажи-куклы примеряют на себя роль детей, моделируя повседневную ситуацию и диктуя образ поведения в ней. Такие приемы, а также соответствующее коммуникативное поведение участников объясняются особенностями целевой аудитории. В этом возрасте у ребенка просыпается потребность в общении, накоплении социального опыта, приобретении познавательной информации, при помощи чего у него будут вырабатываться определенные навыки и умения. Процесс его социализации проходит через подражание, ребенок старается копировать взрослых,

любимых персонажей. Игра становится новым способом познания окружающего мира посредством собственных накопившихся представлений о нем. Во время игры он «перенимает» образ взрослого человека или персонажа на себя, моделирует его поведение, тем самым развивая свои навыки общения и поведения. В ходе сюжетно-ролевой игры у ребенка активно развиваются психические процессы, умственные способности, мышление и воображение, а также происходит личностное развитие [6, с. 227]. Таким образом, сюжетно-ролевые игры и ситуационные модели в рамках детских передач являются одним из лучших способов познания мира эмоций, личностных отношений и поведенческих процессов.

Не удивительно, что в белорусских детских передачах при выборе героев сделан акцент на сказочных персонажах, детенышах животных. Это объясняется тем, что в этом возрасте детям удается лучше ассоциировать себя с ними. В форме игры, при помощи незатейливых ситуаций, персонажей и кукол детьми усваиваются определенные базовые знания, которые способствуют гармоничному и полноценному развитию. По мнению исследователей, для лучшего восприятия и усвоения информации количество персонажей в кадре следует ограничить до 1 главного и 2–3 второстепенных, а продолжительность фильма для детей должна составлять от 15 до 30 минут [6, с. 228].

В дошкольном возрасте внимание ребенка, как и память, являются произвольными и напрямую зависят от интереса [6, с. 227]. Чем больше эмоций ребенок получит от процесса познания предмета, тем на более долгое время он его запомнит. Учитывая данную специфику аудитории, участники детских передач прибегают к использованию определенных коммуникативных стратегий и тактик с целью привлечения и поддержания внимания зрителей (тактики вовлечения зрителя в диалог, прогнозирования, переключения темы, усиления эмотивности и др.). Для их реализации используется ряд эмотивных средств (*Тона! Але на такога неахайнага мядзвездзіка вельмі непрыемна глядзець!*), вопросы зрителям (*Ну, а пасля такога добрага мультфільма будзем да сну рыхтавацца?*), при помощи которых персонаж-ведущий диалогизирует свою речь и вовлекает публику в обсуждение проблемы.

Участники белорусских программ для детей обращаются к зрителю не только во время компонентов приветствия или прощания, но зачастую привлекают аудиторию непосредственно к обсуждению проблемы. Одним из эффективных способов включения зрителя в диалог является употребление прямых и косвенных обращений к аудитории. Средствами обращения служат побудительные, восклицательные и вопросительные высказывания, адресованные слушателям, личные местоимения *вы/ваши*, существительные *гледачы, сябры, хлопчыкі і дзяўчынкі*. Например: *Добры вечар, мае маленькія сябры!, Прывітанне, дзяўчынкі і хлопчыкі!, Давайце і мы, і нашы гледачы зробім для нашых птушак як мага больш звычайных домікаў!* Средства обращения, представляющие прямую референцию к адресату, используются, в основном, в начале и в конце дискуссии. Косвенные обращения в детских передачах белорусского телевидения встречаются достаточно редко и более характерны для зарубежных программ.

При закладывании понятий «хорошо» и «плохо», норм морали, поведения и устоев нашего общества у ребенка происходит оценка своих действий, действий

сверстников, персонажей передач. В этом возрасте он уже может отличить плохого героя от хорошего, добро от зла. Так, для выражения определенной оценки (положительной, отрицательной) персонажей или ситуации участники передачи прибегают к приему противопоставления (*Ты мне зараз не мядзведзіка Топу нагадваеш, а парсючка нейкага*). Для достижения дополнительного воздействия, в том числе и эмоционального, ведущий и персонажи прибегают к невербальным средствам демонстрации отношения к собеседнику: мимике, жестам и позам, сопровождающим процесс общения и необходимым для его осуществления. Поэтому, ориентируясь на четкие и яркие комментарии участников детских передач, ребенок может свободно проводить оценку своих и чужих действий, делать умозаключения. Также отмечается, что эмоциональная напряженность передачи должна быть умеренной, чтобы телевизионный ряд и сюжетная линия давали возможность ребенку сопереживать и сочувствовать героям передачи.

Таким образом, обобщив результаты, полученные в ходе исследования, можно сделать вывод, что особенности моделирования коммуникативного поведения участников передач для детей во многом обусловлены функциями, реализующимися в процессе коммуникации. Так, в рамках детских передач реализуются не только развлекательная и рекреативная, но и образовательная, воспитательная и информирующая функции. Особенности коммуникативного поведения ведущего и персонажей также определяются спецификой физиологического и психо-логического развития целевой аудитории, что влияет на выбор коммуникативных средств для организации адекватного общения. При этом индивидуальное коммуникативное поведение так или иначе детерминировано национальным дискурсивным стилем, характерным для белорусской лингвокультуры.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Стернин, И. А.* Модели описания коммуникативного поведения / И. А. Стернин. – Воронеж : Гарант, 2015. – 52 с.
2. *Стернин, И. А.* Понятие коммуникативного поведения и проблемы его исследования / И. А. Стернин // Русское и финское коммуникативное поведение : сб. науч. ст. ; науч. ред. И. А. Стернин. – Воронеж : Изд-во ВГТУ, 2000. – С. 4–20.
3. *Шевцова, А. К.* Коммуникативное поведение участников радиодискуссий в британской и белорусской культурах / А. К. Шевцова // Контрастивные исследования: текст, предложение, слово : сб. науч. ст. преподавателей и аспирантов МГЛУ / редкол. : Т. П. Карпилович [и др.]. – Минск : МГЛУ, 2013. – Вып. 2. – С. 38–43.
4. *Ларина, Т. В.* Доминантные черты английского вербального коммуникативного поведения / Т. В. Ларина // Филол. науки. – 2007. – № 2. – С. 71–81.
5. *Кузнецов, Г. В.* Телевизионная журналистика / Г. В. Кузнецов, В. Л. Цвик, А. Я. Юровский. – М. : Высш. шк., 2002. – 304 с.
6. *Громова, К. В.* Основные характеристики телевизионного медиапродукта для дошкольной аудитории / К. В. Громова // Ист. и соц.-образоват. мысль. – 2014. – Т. 6, ч. 2. – С. 224–229.

The article deals with the characteristic features of modeling of communicative behavior of participants of children's programs. The communicative behavior of the host and characters is determined by the functions realized in the program and the specifics of the age development of the target audience, which affects the choice of communicative means for the organization of adequate communication.