

УДК 070.41:654.197+81'271

ТЭЛЕВІЗІЙНАЯ КАМУНІКАЦЫЯ: МАЎЛЕНЧЫЯ ПАВОДЗІНЫ ЎДЗЕЛЬНІКАЎ ТЭЛЕПРАГРАМ

Л. Р. ХМЕЛЬ^{1*}

^{1*}Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт, пр. Незалежнасці, 4, 220030, г. Мінск, Беларусь

Разглядаецца тэлевізійная камунікацыя як асобы від публічнай камунікацыі. Вылучаюцца ўдзельнікі тэлевізійных праграм (адресанты і адресаты) і характарызуюцца іх маўленчыя паводзіны на тэлеэкране. На прыкладзе беларускага тэлекантэнту аналізуюцца ветлівыя, талерантныя і агрэсіўныя модусы маўленчых паводзін і прыводзяцца адпаведныя стратэгіі і тактыкі маўленчага ўзаемадзеяння.

Ключавыя словы: тэлевізійнае маўленне; маўленчыя паводзіны; тэлепраграма; агрэсія; ветлівасць; талерантнасць; адресант.

Падзяка. Выказваю ўдзячнасць свайму навуковаму кіраўніку – кандыдату філалагічных навук, дацэнту Вользе Міхайлаўне Самусевіч за дапамогу ў правядзенні даследавання і напісанні артыкула.

ТЕЛЕВИЗИОННАЯ КОММУНИКАЦИЯ: РЕЧЕВОЕ ПОВЕДЕНИЕ УЧАСТНИКОВ ТЕЛЕПРОГРАММ

Е. Р. ХМЕЛЬ¹⁾

¹⁾Белорусский государственный университет, пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь

Рассматривается телевизионная коммуникация как особый вид публичной коммуникации. Выделяются участники телевизионных программ (адресанты и адресаты) и характеризуется их речевое поведение на телеэкране. На примере белорусского телеконтента анализируются вежливые, толерантные и агрессивные модусы речевого поведения и приводятся соответствующие стратегии и тактики речевого взаимодействия.

Ключевые слова: телевизионная речь; речевое поведение; телепрограмма; агрессия; вежливость; толерантность; адресант.

Благодарность. Выражаю благодарность своему научному руководителю – кандидату филологических наук, доценту Ольге Михайловне Самусевич за помощь в проведении исследования и написании статьи.

Образец цитирования:

Хмель ЛР. Тэлевізійная камунікацыя: маўленчыя паводзіны ўдзельнікаў тэлепраграм. *Журнал Беларускаго государственного университета. Журналистика. Педагогика*. 2018;2:59–68.

For citation:

Khmel LR. Television communication: verbal behavior of the participants in the TV programs. *Journal of the Belarusian State University. Journalism and Pedagogics*. 2018;2: 59–68. Russian.

Автор:

Елизавета Романовна Хмель – магистр филологических наук; старший преподаватель кафедры телевидения и радиовещания факультета журналистики.

Author:

Lizaveta R. Khmel, master of science (philology); a senior lecturer at the department of TV and radio broadcasting, faculty of journalism.
elizaveta_chmel@mail.ru

TELEVISION COMMUNICATION: VERBAL BEHAVIOR OF THE PARTICIPANTS IN THE TV PROGRAMS

L. R. KHMEL^a

^aBelarusian State University, 4 Niezaliežnasci Avenue, Minsk 220030, Belarus

The television communication is considered as a special type of public communication. The participants (addresser and addressee) of the TV programs are stood out and their verbal behavior on TV screen is characterized. For example, within the Belarusian TV content polite, aggressive and tolerant modes of the speech behavior are analysed and appropriate strategies and tactics of speech interaction are given.

Key words: television speech; verbal behavior; TV program; aggression; politeness; tolerance; addressee.

Acknowledgements. I express my gratitude to my supervisor, PhD (philology), docent Olga M. Samusevich for help with the research and writing of the article.

Уводзіны

Маўленчыя прыярытэты грамадства заўсёды фарміруюцца і, як слушна заўважае В. Самусевіч, «рэгулююцца маўленчым ідэалам – стрыжнёвым кампанентам лагасферы, суадноснам з характарам эпохі» [1, с. 137]. Апошнія стагоддзі беларускі соцыум знаходзіцца пад маўленчым уплывам сродкаў масавай інфармацыі, якія не толькі ствараюць кагнітыўную прастору адрасата, адпавядаючы тым самым яго інтэлектуальна-разумовым патрэбам, але і карэкціруюць маўленчыя густы. У свеце сучасных тэндэнцый – інфармацыйнай

дэмакратызацыі і маўленчай разняволенасці – пытанні маўленчай культуры ў журналістыцы становяцца аднымі з самых актуальных. Тэма маўленчага ўзаемадзеяння ўсё часцей прыцягвае ўвагу беларускіх і замежных навукоўцаў: даследуюцца ўдзельнікі камунікацыі і іх камунікатыўная роля, распрацоўваюцца стратэгіі і тактыкі маўленчых паводзін на аснове аналізу маўленчых ходоў адрасантаў, выпрацоўваюцца інструменты для стварэння і наладжвання эфектыўнай камунікацыі.

Тэарэтычныя асновы

Тэлевізійнае маўленне вылучаецца ў асобны від маўлення. Яго адносяць да разнавіднасці публіцыстычнага стылю, які мае выразна пазначаныя межы. Аднак у сувязі з тым, што тэлебачанне даўно перастала выконваць толькі інфармацыйную функцыю, а маўленне вядучых і іншых тэлеўдзельнікаў усё больш набліжаецца да гутарковага, надзвычай важным паўстае даследаванне моўнай практыкі і маўленчых паводзін усіх удзельнікаў тэлекамунікацыі, а таксама вызначэнне сучасных маўленчых тэндэнцый.

Тэлевізійная камунікацыя можа адбывацца толькі пры пэўнай колькасці ўдзельнікаў, якія пры ўзаемадзеянні выпрацоўваюць своеасаблівую мадэль маўленчых паводзін, фарміруючы паміж сабой камунікатыўную прастору. У тэлевізійнай практыцы пад *маўленчымі паводзінамі* разумеюць маўленчыя ўчынкі індывідаў у прапанаваных абставінах, якія адлюстроўваюць спецыфіку моўнага існавання канкрэтнага калектыву ў канкрэтным сацыяльным асяродку. Да прыкладу, Т. Варанцова характарызуе *маўленчыя паводзіны* як спецыфічны «інструмент фарміравання камунікатыўнай прасторы як зоны

рэальных і патэнцыяльных кантактаў кожнага з удзельнікаў камунікацыі» [2, с. 566]¹.

Вывучэнне такой з’явы, як маўленчыя паводзіны, і звязаных з імі паняццяў адбываецца пераважна ў рэчышчы камунікатыўнай лінгвістыкі. У прыватнасці, гэтай праблемай займаліся Т. Ларына, Н. Фарманаўская, Т. Чаботнікава, Т. Ушакова і інш. Выбітным унёскам у распрацоўку тэорыі маўленчых паводзін стала праца Ю. Прохарава і І. Сцерніна «Русские: коммуникативное поведение», якая вырашае асноўныя тэарэтычныя пытанні гэтага новага напрамку ў камунікатыўнай лінгвістыцы. У манаграфіі навукоўцы сцвярджаюць, што «маўленчыя паводзіны выступаюць як сінонім тэрміна “камунікатыўныя паводзіны”, яны апісваюць адно і тое ж – зносіны народа, групы асоб або асоб як некаторую спарадкаваную сістэму правілаў» [3, с. 243–252].

Адзінкамі апісання маўленчых паводзін з’яўляюцца маўленчыя *ўчынкі*. Структуру маўленчага ўчынку складае маўленчы *ход* – фрагмент рэплікі аднаго камуніканта. Маўленчы *ход*, у сваю чаргу, прадстаўлены ў выглядзе маўленчых *крокаў* –

¹Тут і далей пераклад наш. – Л. Х.

функцыянальна і сінтагматычна спалучаных элементарных маўленчых дзеянняў з тыповай камунікатыўнай інтэнцыяй. Маўленчыя крокі і хады з’яўляюцца вербальна выяўленымі.

План зместу маўленчага ўчынку задаецца камунікатыўнай *тактыкай*, якая перадае лакальную маўленчую інтэнцыю і маніфестуе дадзены маўленчы ход. Камунікатыўныя тактыкі складаюць камунікатыўную *стратэгію*, якая вызначае арганізацыю маўленчых паводзін чалавека ў адпаведнасці з камунікатыўнымі/некамунікатыўнымі мэтамі таго, хто гаворыць, і спецыфічнымі ўмовамі зносін. Лінгвісты вылучаюць два тыпы камунікатыўных стратэгий: *усвядомленыя*, звязаныя пераважна з дасягненнем практычнай мэты (у дыялогах рэгулятыўнага характару, дзе свядома-валявы пачатак пераважае), і *падсвядомыя*, якія не вызначаюцца падрыхтаваным планам ці задумай [4]. Камунікатыўныя стратэгіі і тактыкі суадносяцца з кагнітыўным узроўнем арганізацыі маўленчых паводзін [5, с. 23]. Даследчык С. Трацякова адзначае, што *стратэгія* выступае ў якасці прынятага рашэння адрасанта аб паслядоўнасці маўленчых дзеянняў, якія вызначаюць яго маўленчыя паводзіны ў плане выбару аптымальных сродкаў і спосабаў для дасягнення камунікатыўных мэт, а *тактыка* з’яўляецца працэсуальнай адзінкай, канкрэтным маўленчым дзеяннем ва ўзаемадзеянні камунікантаў [6, с. 59].

Пры міжасобаснай камунікацыі размова адбываецца непасрэдна паміж двума ўдзельнікамі і, як правіла, носіць двухбаковы характар. Падчас публічнай камунікацыі сувязь паміж камунікантамі часцей за ўсё аднабаковая, пры ёй адрасант можа ўздзейнічаць на кагнітыўную свядомасць адрасата. Важным аказваецца пытанне аб спосабах такога ўздзеяння, гэта значыць аб тыпе маўленчых паводзін, які выбраў камунікант. Тып маўлення можна вызначыць па выніку: ці была дасягнута камунікатыўная мэта, ці сталі зносіны эфектыўнымі.

Публічныя маўленчыя паводзіны ў тэлевізійным эфіры залежаць ад фармату праграмы, тэматыкі яе выпуску, камунікатыўна-маўленчай сітуацыі – знаёмства суразмоўцаў і ходу размовы. Важна адзначыць, што характар зносін чалавека можа быць звязаны з яго асаблівасцямі як прадстаўніка сацыяльнай групы, так і нацыянальнай агульнасці, гэта значыць маўленчыя паводзіны вынікаваны ролевымі паводзінамі і маюць нацыянальныя асаблівасці.

Адной з умоў нармальнага праходжання камунікацыі з’яўляецца дастаткова паслядоўная змена камунікатыўных роляў выступоўцы і слухача. Маўленчыя паводзіны, як правіла, могуць быць накіраваны як на рэфэрэнта выказвання (ўскоснага адрасата), так і на непасрэднага камунікатыўнага партнёра (адрасата-суразмоўца). У тэлевізійным дыскурсе прадугледжана роўнасць камунікантаў, пры якой усе ўдзельнікі праграмы маюць аднолькава-

выя камунікатыўныя правы. Для паспяховага дыялогу ў студыі павінны апынуцца людзі кампетэнтныя, а таксама нераўнадушныя да тэматыкі, якая абмяркоўваецца. Для змястоўнай і дынамічнай размовы маюць значэнне асобы камунікатараў, якія абавязкова павінны быць цікавымі для аўдыторыі [7, с. 437]. Такім чынам, тэлевізійная праграма з магчымай міжасобаснай камунікацыяй абумоўлівае наяўнасць пэўных роляў для ўдзельнікаў, якія адначасова могуць выступаць і як адрасанты, і як адрасаты.

На думку Н. Фарmanoўскай, з боку *адрасанта* камунікатыўная прастора ўяўляе сабой зону рэальных і патэнцыяльных кантактаў кожнага з удзельнікаў камунікацыі. Маўленчыя паводзіны залежаць у першую чаргу ад інтэнцыі камуніканта – суб’екта маўленчага ўздзеяння. Быць суб’ектам маўленчага ўздзеяння – значыць рэгуляваць дзейнасць свайго суразмоўца. *Адрасат* – гэта тая фігура, якая вызначае прыроду камунікацыі пры маўленчым уздзеянні. Зносіны падразумяваюць актыўнасць адрасата, гэта значыць змену камунікатыўнай ролі са слухача на актыўнага выступоўцу. Адрасант і адрасат у камунікацыі складаюць камунікатыўную адзінку, дзе кожны намінуецца як маўленчы партнёр, або інтэрактант [8, с. 54].

Галоўным адрасантам у тэлепраграме выступае *вядучы* – чалавек, які персаніфікуе інфармацыю і выбудоўвае канцэпцыю праграмы згодна з асабістым бачаннем праблемы. І маўленчыя зносіны ён павінен, у першую чаргу, будаваць адпаведна сваёй функцыянальнай ролі ў праграме. Так, праца вядучага прадугледжвае пэўную спецыфіку маўленчага ўзаемадзеяння: ён павінен, з аднаго боку, дыстанцыравацца ад удзельнікаў праграмы, прыняць на сябе функцыі арбітра, быць аб’ектыўным і непрадзятым, а з другога боку, умець знайсці дыпламатычны падыход да кожнага запрошанага госця і не пакрыўдзіць нікога. Разам з гэтым вядучы павінен падтрымліваць высокую ступень канфліктнасці камунікацыі на працягу ўсёй праграмы, уключаць у размову практычна ўсіх прысутных у студыі, у тым ліку і гледачоў [9, с. 116].

Акрамя вядучага, камунікатыўную прастору забяспечваюць адрасанты: *каментатар-неспецыяліст* (любы чалавек, які з’яўляецца сведкам праграмы і жадае паўдзельнічаць у абмеркаванні) і *эксперт* (чалавек, які валодае пэўнымі прафесійнымі ведамі). Стрыжнем выступае *герой праграмы* – «персанаж з гісторыяй»: цэнтральная фігура, якая стварае «канфлікт» праграмы. *Выступоўцы/артысты* – вядомыя выхадцы з шоу-бізнесу, – магчыма, і не валодаюць прафесійнымі ведамі, аднак сваёй прысутнасцю ў праграме абавязкова забяспечваюць ёй папулярнасць і вялікую колькасць праглядаў [10, с. 51].

Адрасатамі на тэлебачанні выступаюць дзве катэгорыі гледачоў – *прамыя* і *ўскосныя*. Прамым

адрасатам і непасрэдным удзельнікам тэлевізійнай камунікацыі з'яўляецца *глядач*, які знаходзіцца ў зале падчас здымак перадачы і можа выступаць у ролі назіральніка, інтэрв'юера, каментатара і інш. Ад людзей заўсёды чакаюць толькі натуральную рэакцыю на камунікацыю іншых дзеючых асоб або невялікую колькасць пытанняў. Аўдыторыя можа рэагаваць пазітыўна ці негатыўна на дзеянні або выказванні камунікатараў, падтрымліваць галоўных удзельнікаў узаемадзеяння апладысмантамі, смехам, выкрыкамі здзіўлення – усё гэта стварае асаблівую атмасферу публічнасці, дае «эмацыянальную падказку» тэлеглядачам. Нарэшце, важнай фігурай пры публічнай камунікацыі з'яўляецца галоўны канчатковы адрасат тэлепрадукта – *тэлеглядач*, які выступае ў якасці пасіўнага ўдзельніка экраннай прадукцыі, а ў апошні час – нават актыўнага. Маўленчыя паводзіны ўдзельнікаў праграмы працуюць на тэлеглядача і ўплываюць на фарміраванне моўнага густу і культуры тэлеаўдыторыі [10, с. 76].

Камунікатыўна-прагматычны падыход скіраваны менавіта на аналіз камунікатыўных адзінак і пакідае без увагі прагматычнасць афіксаў, гра-

мам, лексем. З гэтага пункта гледжання ў цэнтры апісання аказваюцца адзінкі маўлення. Камунікатыўны аспект маўленчых паводзін прадугледжвае ўлік фактару адрасата ў камунікатыўным акце і накіраваны на рэалізацыю ўзаемадзеяння ў розных сферах – маўленчай, аксіялагічнай, кагнітыўнай. Прагматычны аспект маўлення звязаны з адносінамі чалавека да моўных знакаў, з выражэннем яго ўстановак, ацэнак, эмоцый, інтэнцый пры вытворчасці маўленчых дзеянняў у выказваннях і дыскурсах. Прагматыка апелюе ацэначнымі паказчыкамі, якія ўвасабляюцца ў маўленчых учынках камунікантаў для вырашэння практычных задач і вызначэння поглядаў на праблему.

На думку В. Глушака, «модус маўленчых паводзін уяўляе сабой канцэптальную адукацыю ў сукупнасці прэсупазіцый, якія вызначаюць спосаб узаемадзеяння камунікантаў на фоне сучасных дыкурсійных умоў. Модус маўленчых паводзін з'яўляецца вербальнай рэалізацыяй тыповых сітуацый камунікатыўнага ўзаемадзеяння людзей і будзеца на модусах пазітыўна настроеных (ветлівасці, талерантнасці) і негатыўна настроеных (агрэсіўных) маўленчых паводзін» [11].

Вынікі даследавання

Выбар пэўнага тыпу маўленчых паводзін камунікантамі ў асноўным залежыць ад жанру і фармату тэлевізійнай праграмы, а таксама ад колькасці ўдзельнікаў і тэматыкі выпуску. У тэлевізійным дыскурсе камунікант заўсёды мае розныя камунікатыўныя мэты ў адносінах як да маўленчага партнёра (першаснага адрасата), так і да канчатковага (апасродкаванага) адрасата – тэлеглядача.

Экстрапалюючы вышэйназваныя тыпы модусаў маўленчых паводзін на тэлевізійную камунікацыю, можам з упэўненасцю казаць, што рэлевантнымі для беларускага тэлебачання з'яўляюцца модусы ветлівых і талерантных маўленчых паводзін.

Ветлівасць і талерантнасць. Камунікатыўна-прагматычны аспект ветлівага тыпу маўлення разглядаецца на аснове добразычлівых зносін паміж людзьмі. Асноўная мэта камунікантаў – наладжванне гарманічнай камунікатыўнай прасторы для дасягнення згоды па прадмеце размовы. Прытрымліванне прынцыпу ветлівасці накладвае пэўныя патрабаванні да паводзін усіх членаў грамадства. Гэтыя патрабаванні заключаюцца ў неабходнасці ўлічваць інтарэсы партнёра, яго жаданні і меркаванні, дзе асноўная мэта камунікантаў – дасягнуць максімальна эфектыўнага ўзаемадзеяння за кошт захавання сацыяльнай раўнавагі і сяброўскіх адносін.

Згодна з меркаваннем Дж. Ліча, ветлівасць не проста адлюстроўвае пэўныя погляды на сацыяльнае ўзаемадзеянне, якое прынята ідэнтыфікаваць з павагай, яно прадугледжвае своеасаблівыя «нама-

ганні» з боку партнёраў, якія забяспечваюць паспяховасць камунікацыі [12, с. 256]. Каб праяўляць ветлівасць у розных камунікатыўна-прагматычных сферах з выкарыстаннем патрэбнага лексіка-граматычнага складніка, неабходна прытрымлівацца пэўнай стратэгіі паводзін і карыстацца спецыяльнымі тактыкамі ўзаемадзеяння.

Яшчэ ў сярэдзіне XX ст. даследчык Э. Гофман класіфікаваў ветлівасць у залежнасці ад знешняга аблічча і стылю маўлення чалавека на пазітыўную і негатыўную [13, с. 171].

Яго паслядоўнікі – даследчыкі П. Браўн і С. Левінсан – сфармулявалі, што пад пазітыўнай ветлівасцю прынята разумець набор стратэгій, накіраваных на памяншэнне дыстанцыі, дасягненне ўзаемнасці, забеспячэнне супрацоўніцтва, узаемаразумення [14, с. 74]. Яны служаць дзеля выражэння сімпатыі да адрасата. Гэты тып ветлівага маўлення характэрны для зносін людзей, якія праяўляюць зацікаўленасць адзін да аднаго, імкнуцца стаць бліжэй, памяншаюць дыстанцыю. Да найбольш распаўсюджаных стратэгій пазітыўнай ветлівасці адносяцца:

- 1) зварот увагі на адрасата, яго жаданні, патрэбы («А што, на ваш взгляд, явяляецца найбольш важным?»; «Как вы считаете?»);
- 2) гіпербалізацыя інтарэсу, адабрэнне («Я очень рад», «Ну-ка, ну-ка, очень интересно, поподробнее»);
- 3) выражэнне аптымістычнага пункта гледжання («У меня все в полном порядке»);
- 4) пошук згоды («Я с вами полностью согласен»).

Негатыўная ветлівасць уключае набор стратэгий, накіраваных на дэманстрацыю прызнання незалежнасці суразмоўца, яго аўтаноміі. Такая ветлівасць з'яўляецца асновай паважлівых паводзін. Яна выкарыстоўваецца для праяўлення ўзаемнай павагі шляхам сацыяльнага дыстанцыравання і недапушчэння збліжэння.

Негатыўная ветлівасць падразумявае дыстанцыю і фармальнасць у адносінах, захаванне інтэлігентнай сацыяльнай размовы. Ветлівая просьба прадугледжвае, што адрасат не мае ніякай падставы задаволіць яе, паколькі яна заўсёды фармулюецца ў інтарэсах самога адрасанта. Даследчык А. Аршанская выдзяляе наступныя стратэгіі негатыўнай ветлівасці:

1) прыцягненне ўвагі («Простите», «Можно мне слово», «Я вас перебую»);

2) выражэнні, сфармуляваныя ва ўскоснай форме («Вы не могли бы повторить?»);

3) выражэнні песімістычнага пункта гледжання («Я думаю, вы не знакомы с этой проблемой», «Мне кажется, до меня вам нужно дорасти») [15].

Удзельнікі большасці беларускіх праграм выбіраюць ветлівы тып зносін і выкарыстоўваюць пры размове розныя маўленчыя тактыкі (этыкетныя, апелятыўныя, кагнітыўныя, тактыкі прамого выражэння думак), якія дапамагаюць рэалізаваць гэты камунікатыўна-прагматычны модус тэлевізійнай камунікацыі.

Асноўным паказчыкам ветлівых стасункаў герояў праграмы з'яўляецца следаванне ўсім канонам культуры маўлення: уменню выслухаць моўцу, не перабіваць, карыстацца формуламі маўленчага этыкету, нават калі не згодны з выказваннямі суразмоўца, і не дазваляць эмоцыям пераважаць над рацыянальнасцю.

Так, у праграме «Такова судьба», якая да нядаўняга часу выходзіла на тэлеканале СТБ, пераважаў ветлівы тып паводзін, які праяўляўся ў бесканфліктнай размове і добразычлівых абставінах. Суразмоўцы задавалі адзін аднаму пытанні і чакалі на іх адказы, канфлікт пры гэтым адсутнічаў:

Кацярына Забянько, вядучая праграмы: *Ну как вы думаете, у Паши это зависимость, он с ней справится?*

Алена Тарасевіч, дацэнт кафедры медыцынскай псіхалогіі БелМАПО: *Паш, мне кажется, если ты справился с алкогольной, то с гаджетом точно справишься. Ты мне лучше скажи, как ты к этому пришел?* (праграма «Такова судьба», 15.01.2016).

Вядучая задавала адкрытае пытанне, каб спецыяліст пракаментыраваў сітуацыю, у якой апынуўся герой праграмы. Акрамя таго, што спецыяліст адказвала на пытанне, яна задавала пытанне самому герою, тым самым пашыраючы камунікатыўную прастору.

Праяўленнем ветлівасці служаць і кампліменты, якія адрасанты робяць сваім суразмоўцам. Ужыван-

не такіх «падарункаў» пры выступленні, па-першае, спрыяе наладжванню і замацаванню гарманічных стасункаў, мінімалізуе ўзнікненне канфлікту, а па-другое, павышае ўзровень даверу тэлеаўдыторыі да яго:

Віктар Лемяшэўскі, ментар праграмы: *Мне очень приятно было видеть каждого из вас, каждый из вас – это очень сильная личность, которая может добиться любых задач и решить, достичь любых целей...* (праграма «Мой бизнес», 18.11.2017).

Аксіялагічная сфера ў выніку мае і згоду адрасанта з адрасатам у ацэнцы прадмета маўлення нават пры рознай камунікатыўнай «праграме»:

Георгій Атаманаў, другі сакратар Цэнтральнага камітэта КПБ: *Меня сегодня интересует проблема преподавания в школе, в вузе, и здесь я могу с Олегом согласиться, хотя мы с ним оппоненты... надо преподавать историю так, как она есть, а не как предложили либералы в конце девяностых годов* (праграма «Наша жизнь», 13.11.2017).

Ветлівая камунікацыя абавязкова будзе на агульным рэферэнце і канструктыўнай размове вакол яго, а таксама на агульнай згодзе ці пошуку новага, задавальняючага ўсіх выніку.

Вольга Мельчанка, афіцыйны прадстаўнік МНС г. Мінска: *Нет, пылесосом ни в коем случае нельзя пользоваться, я думаю, мои коллеги с этим согласятся, потому что использование пылесоса подразумевает под собой сбор всех шариков ртути именно в пылевой мешок. Соответственно, выхлоп какого-то воздуха из него также выходит, и те пары ртути, которые оказались в этом пылевом мешке, в дальнейшем распространяются на помещения* (праграма «Здоровье», 21.02.2018).

Варта адзначыць, што пры ветлівых паводзінах стылістычна правільна свайго суразмоўца называць (камунікант, адрасат ці, яшчэ лепш, партнёр), паколькі размова мае раўнапраўны характар і скіравана на станоўчыя вынікі. Не рэкамендуецца звяртацца да яго як да апанента, таму што і размова будзе адпаведным чынам.

Талерантныя паводзіны, як і ветлівыя, разлічаны на бесканфліктны і пазітыўны дыялог, аднак у адрозненне ад папярэдніх, якія ўяўляюць сабой станоўчыя добразычлівыя адносіны да партнёра незалежна ад ходу размовы і прадугледжваюць суразмоўца, прадугледжваюць арыентаванне на плюралізм меркаванняў і фінальную адсутнасць агульнага рашэння. З прагмалінгвістычных пазіцый гэты тып маўлення разлічаны на захаванне першапачатковай камунікатыўнай прасторы як адрасанта, так і адрасата. Талерантныя паводзіны ў тэлевізійным эфіры – гэта канструктыўны камунікатыўна-прагматычны тып маўленчага ўзаемадзеяння, які патрабуе ад камуніканта ўмення ўлічваць, нават прымаць іншыя погляды, прытрымлівацца ўстаноўкі на непарушальнасць камунікатыўнай прасторы свайго апанента.

Умовай узнікнення пытанняў талерантнасці з'яўляецца сітуацыя канфлікту (у шырокім разуменні), сітуацыя ўзаемага адмаўлення каштоўнасцей і норм іншага чалавека. Канфлікт – сутыкненне процілеглых бакоў, вострая спрэчка ў працэсе ўзаемадзеяння, пры якой кожны суб'ект маўлення прытрымліваецца свайго пункта гледжання і не плануе яго змяняць. Заходнія даследчыкі адзначаюць, што для ўзнікнення талерантных паводзін, як і для агрэсіўных, неабходна нейкая праблема, гэта значыць павінна быць несупадзенне поглядаў і камунікатыўнае рознагалоссе. Канфліктагенная сітуацыя можа развівацца рознымі шляхамі ў залежнасці ад маўленчых паводзін камунікантаў, і вынікам камунікатыўнага акта ў патэнцыйнай канфліктнай сітуацыі могуць стаць дыгарманізацыя адносін, нейтралізацыя канфлікту, гарманізацыя адносін [16, с. 245].

Адсюль вынікае, што ў чалавека ўзнікае антаганізм да апанента, аднак талерантнасць прадугледжвае ўстрыманне ад канфліктнай сітуацыі і, у рэшце рэшт, настроенасць на далейшую станоўчую камунікацыю. Такім чынам, прэваліруе суб'ект-суб'ектны тып адносін, у якім абодва камуніканты валодаюць аднолькавымі правамі на выказванні.

Такім чынам, у аснове талерантных маўленчых паводзін ляжыць канфліктная сітуацыя, якую камуніканты імкнуцца вырашыць канструктыўным спосабам. Пры такім узаемадзеянні ўдзельнікі праграмы з цяжкасцю адносяцца да сваіх апанентаў, не выступаюць супраць палярнасці іх поглядаў і не імкнуцца схіліць суразмоўца на свой бок. У гэтым выпадку талерантнасць рэалізуецца праз тактыку адыходу ад канфліктных тэм, што дазваляе нейтралізаваць негатыўныя папярэднія выказванні.

Вынікі талерантнага ўзаемадзеяння і канструктыўнага ўзгаднення пытанняў у сваю чаргу з'яўляюцца падставай для ўзнікнення талерантнасці да адрасата. Да рыс талерантнасці камуніканта даследчыкі адносяць цяжкасць да разыходжанняў, паблагліваасць, здольнасць да суперажывання [16, с. 45].

Маўленне як адзін з відаў чалавечай дзейнасці абумоўлена спецыфічнымі нацыянальнымі асаблівасцямі народа. Нацыянальны характар можна каротка вызначыць як своеасаблівую сукупнасць розных псіхалагічных рыс і якасцей, уласцівых большасці прадстаўнікоў пэўнай нацыянальнай супольнасці. Як вядома, маўленне – інструмент для фарміравання маўленчых паводзін чалавека. Важным сродкам у фарміраванні талерантных маўленчых паводзін з'яўляюцца і экстралінгвістычныя фактары, якія вызначаюцца галоўным чынам нацыянальным характарам. Асаблівасці нацыянальнага характару прама ці ўскосна адлюстроўваюцца ў найбольш распаўсюджаных рысах паводзін (у тым ліку маўленчых), пачуццяў і перажыванняў пераважнай

часткі людзей, якія адносяцца да аднаго народа. Камунікатыўныя паводзіны народа – сукупнасць норм і традыцый зносін пэўнага этнасу. Камунікатыўныя паводзіны розных народаў дазваляюць выявіць камунікатыўныя прыкметы, якія могуць быць суаднесены з прынцыпам талерантнасці ў адносінах: адны арыентуюць этнічны калектывы на талерантныя камунікатыўныя паводзіны, іншыя, наадварот, заклікаюць да нецяярпнасці, а таксама дапускаюць або даруюць такую нецяярпнасць [4].

Такім чынам, талерантныя паводзіны залежаць ад нацыянальнага характару народа і маюць свае асаблівасці праяўлення. Беларусы заўсёды характарызаваліся як міралюбівы і неканфліктны народ, якому ўласціва талерантная тактыка прымірэння (у тэлевізійным эфіры яна праяўляецца праз займанне нейтральнай пазіцыі пры нарастаючым канфлікце). Таксама згаданыя маўленчыя паводзіны ў беларускім тэлеэфіры характарызуюцца некаторымі адметнасцямі: уменнем чалавека прымірыць апанентаў, выступіўшы міратворцам, і пануючым у краіне білінгвізмам, які прадугледжвае пераход з адной дзяржаўнай мовы на іншую для дэманстрацыі павагі, прыняцця мовы свайго суразмоўца.

Ягор Хрусталёў, вядучы праграмы «Что происходит»: *Игорь Александрович, я очень хорошо разбираюсь в том, что у нас называется шоу-бизнес, и я знаю, что звание заслуженного артиста – это просто приятное звание.*

Ігар Мерзалюк, дэпутат Палаты прадстаўнікоў Нацыянальнага сходу Рэспублікі Беларусь: *Я хачу сказаць, што калі ты атрымліваеш такое званне, то гэта абавязвае да многага, таму што акадэмікі – гэта людзі, за якімі стаіць цэлы накірунак навукі...*

Ягор Хрусталёў, вядучы праграмы «Что происходит»: **Вось, напрыклад, канкрэтней, калі гаварыць, што вы ўпершыню зробіце?** (праграма «Что происходит», 11.12.2017).

Варта адзначыць, што пры талерантных маўленчых паводзінах адрасант зусім не імкнецца да захопу «камунікатыўнай ініцыятывы» і яму не так важна камусьці што-небудзь даказаць, асноўнае – сваімі рэплікамі даць глебу для разважанняў. Пры такіх паводзінах адрасанта, трэба заўважыць, усе застаюцца ў выйгрышы: адрасант выказвае свае думкі наконт праблемы абмеркавання, яго суразмовец задаволены, што размова будзеца дыялагічным чынам і з ім лічацца, а тэлеаўдыторыя атрымлівае паўнаватаснае цікавае ток-шоу і ўсебаковае асвятленне тэмы.

Агрэсія. У залежнасці ад фармату праграмы і яго ідэйнай накіраванасці ўдзельнікі размовы выкарыстоўваюць пэўны тып тэлевізійнага маўлення. Тэлевізійнае ток-шоу, да прыкладу, прадугледжвае перыядычную змену рэплік усіх удзельнікаў праграмы, і «несанкцыянаваны» захоп камунікатыўнай ініцыятывы ў тэлевізійным дыскурсе разглядаецца

як рэалізацыя агрэсіўных дзеянняў. Камунікатыўнасць агрэсіўных паводзін праяўляецца ў дэфармацыі любой сферы маўленчай прасторы, падчас якой аб'ектам агрэсіўных дзеянняў выступае сам удзельнік камунікацыі. У гэтым выпадку, як адзначаюць даследчыкі, мэтай адрасанта з'яўляецца намер «навязаць асабісты камунікатыўны сцэнар і прысвоіць “права на маўленне”» [2, с. 656]. Для агрэсіўных маўленчых паводзін характэрны катэгарычнасць моўцы, яго асабістая правата і доказнасць поглядаў, якія могуць суправаджацца знявагай да іншага меркавання, парушэннем прынцыпу плюралізму ў ацэнках.

У тым выпадку, калі адрасат не пагаджаецца з адрасантам і гатовы адстойваць сваё меркаванне, узнікае верагоднасць канфлікту. У адрозненне ад талерантнага тыпу ўзаемадзеяння, пры якім адзін з камунікантаў прымае погляды суразмоўца, агрэсіўны модус маўленчых паводзін, на думку Н. Пятровай, уяўляе сабой дзве супрацьлеглыя праграмы. Гэтыя праграмы паводзін удзельнікаў камунікацыі вызначаюць выбар канфліктных маўленчых стратэгий і адпаведных маўленчых тактык, якім уласціва камунікатыўнае напружанне, што выражаецца ў імкненні аднаго з партнёраў заахоціць іншага так ці інакш змяніць свае паводзіны [17, с. 13]. Суб'ект імкнецца ўрэгуляваць канфлікт шляхам пераважнага навязвання сваіх планаў, для чаго выкарыстоўвае сілу і праяўляе варожасць. Неабходна адзначыць, што агрэсіўнасць з'яўляецца, верагодна, найбольш простаю для індывіда рэакцыяй на самыя разнастайныя сітуацыі, такім чынам, і моўная агрэсія як рэакцыя на вербальныя і невербальныя раздражняльнікі ўзнікае досыць лёгка. Наяўнасць адмоўных эмацыйных хваляванняў звязвае канфліктную сітуацыю з маўленчай агрэсіяй, пры якой апошняя можа быць адным са шляхоў вырашэння канфлікту, спосабам эксплікацыі эмоцый.

Камунікатыўны аспект паводзін уяўляе сабой пэўныя агрэсіўныя тактыкі, якія адрасанты прымяняюць у адносінах да свайго апанента. Агрэсіўныя паводзіны, камунікатыўнай мэтай якіх з'яўляецца эскалацыя канфлікту і дэфармацыя камунікатыўнай прасторы, загадзя прадугледжваюць негатыўны ўплыў на апанента і рэалізуюцца з дапамогай ацэначных выказванняў. Так, распаўсюджаным маўленчым ходам выражэння ацэначнага зместу з'яўляюцца, па-першае, параўнанні і метафары. Сродкам маўленчай агрэсіі параўнанне становіцца толькі ў тым выпадку, калі задача аўтара – абраза, знявага суразмоўца або прыніжэнне рэферэнта. Утвараецца параўнанне праз параўнальныя злучнікі (як, *быццам*, *што*), граматычныя формы творнага склону назоўнікаў, суфіксаў *-эй*, *-эйш* у прыметніках ці прыслоўях з прыназоўнікам *за*. Маўленчыя метафары, асабліва ўспрынятыя з тэлеэкранаў на слых, служаць найбольш дзейсным выражэннем негатыўнага ацэначнага зместу.

Па-другое, ацэначныя выказванні могуць будавацца на аснове кантрасту высокай ацэнкі апанента як прафесіянала з нізкай ацэнкай яго пазіцыі:

Эдуард Нарышкін, намеснік старшыні Рэспубліканскай партыі працы і справядлівасці: *Вы же сама жывеце в этом обществе, а хотите, чтобы спрос рабочих мест был больше, чем предложений!?* (праграма «Дело принципа», 02.05.2016).

Ці могуць праяўляцца як прэтэнзія на прафесійную кампетэнцыю апанента. Напрыклад:

Алег Гайдукевіч, намеснік старшыні ЛДПБ: *Советский Союз предали коммунисты, сами его развалили... Коммунисты! Вас было большинство. Вы ничего не сделали для того, чтобы сохранить страну, вы ничего не сделали для того, чтобы не развалить СССР, а потом стали упрекать в этом либералов. Вы допустили их к власти* (праграма «Наша жизнь», 13.11.2017).

Як адзначыла Т. Варанцова, вялікую ролю ў стварэнні камунікатыўнага дысбалансу адыгрываюць рытарычныя пытанні [2, с. 589]. Вядома, што для ток-шоу характэрна дыялагічная форма зносін і рытарычнае пытанне як пытанне, якое не патрабуе адказу, у такім выпадку будзе выглядаць недарэчна. Па гэтай прычыне менавіта яно ляжыць у аснове агрэсіўных маўленчых паводзін.

Алег Гайдукевіч, намеснік старшыні ЛДПБ: *Мы забываем очень быстро то хорошее, что произошло... И когда сейчас я слышу: давайте разрешим (наркотики. – Л. Х.), давайте законодательство облегчим, все будет хорошо. Что вы потом скажете матерям, дети которых будут лежать в могилах!?* Поэтому надо дальше работать, и дело не в жесткости, дело в адекватности, в том, чтобы это законодательство было запретным, надежным заслоном для наркотиков (праграма «Наша жизнь», 26.02.2018).

Цікавым фактам з'яўляецца тое, што рытарычныя пытанні адрасанта даволі часта падтрымліваюцца галоўнымі адрасатамі – гледачамі ў студыі, якія выражаюць згоду з агрэсіўна настроеным камунікантам апладысмантамі. На наш погляд, гэта можа адбывацца таму, што, па-першае, рытарычнае пытанне ў дыялагічнай прасторы – рэдкая з'ява, якая на падсвядомым узроўні ўспрымаецца станоўча, а па-другое, павышэнне голасу пры рытарычным пытанні ўспрымаецца як імператыўная інтанацыя, што прымушае гледачоў падпарадкавацца адрасанту і прыняць яго пазіцыю.

Маўленчыя адносіны абапіраюцца на законы логікі. *Лагічны эліпсіс* часам выкарыстоўваецца як сродак эмацыянальнага ціску на гледача, пры якім адрасант правакуе свайго апанента ці робіць яго вінаватым. Звернем увагу на наступны прыклад:

Андрэй Пляскоў, арганізатар байкерскага шоу: *Этот человек нарушил байкерский кодекс. Если мы его пригласим на наш байкерский слет, то у организаторов будут проблемы* (праграма «Форум», 29.02.2016).

Герой праграмы выкарыстоўвае складаназалежны сказ з даданай часткай умовы. Згодна з законамі логікі на падставе вышэйзгаданага факта (парушыў кодэкс) ён звязвае дзве падзеі, адна з якіх (запрашэнне на злёт) занімае пазіцыю ўмовы, а другая (праблемы ў арганізатараў) – пазіцыю наступства, якія паміж сабой не звязаны. Аднак лагічная моўная форма прымушае глядачоў і ўсіх прысутных убачыць у гэтым сувязь і нават справядлівы папрок адрасанта: чалавек парушыў байкерскі закон, значыць, ён не выконвае прадпісанні, таму можа быць небяспечным для грамадства; ён няварты таго, каб быць запрошаным на мерапрыемства, таму што недысцыплінаваны. Калі б адрасант прама сказаў: «Мы не можам цябе запрасіць, таму што хвалюемся, што ты што-небудзь выкінеш», яго маглі б абвінаваціць у прадурзятасці.

Варта адзначыць, што маўленчая агрэсія мае прагматычны сэнс тады, калі аб'ектам размовы з'яўляецца пэўны чалавек ці кола людзей, якія ўваходзяць у сферу яго жыццёвых інтарэсаў. У адносінах да рэфэрэнта як да ўскоснага адрасата маўленчая агрэсія праяўляецца як дыскрэдытацыя, а ў адносінах да прамога адрасата – як спосаб негатыўнага ўплыву і хуткай змены поглядаў адносна прадмета размовы [17, с. 24].

У кнізе «Русская речь в средствах массовой информации: Стилистический аспект» В. І. Канькоў прапануе наступную схему: А (адрасант) паведамляе В (суразмовец, прамы адрасат) негатыўную інфармацыю пра С (рэфэрэнт, ускосны адрасат) для таго, каб парушыць рэальныя ці патэнцыяльныя зносіны В і С. Аднак і гэта толькі прамежкавы вынік. Фінальным дасягненнем будзе ўздзеянне на D (тэлеглядач) і парушэнне камунікатыўнай еднасці паміж D і С [6, с. 47]. Такім чынам, устаноўка аксіялагічнай дэстабілізацыі камунікатыўнай прасторы – парушэнне камунікатыўнай перспектывы паміж адрасатам (прамым і ўскосным) і прадметам маўлення, а таксама, як правільна выказалася Т. Варанцова, «вярбоўка саюзнікаў», рэальных (госці ў студыі, эксперты, вядучы) і патэнцыяльных (тэлеглядачы, інтэрнэт-карыстальнікі) [2, с. 577].

Звернем увагу на той факт, што негатыўнае ўспрыманне ўдзельнікамі камунікацыі рэфэрэнта (чалавека), які не знаходзіцца непасрэдна ў студыі, значна большае, чым таго, хто знаходзіцца ў зале падчас размовы. Напрыклад, у праграме «Форум» у адным з выпускаў, прысвечаных «хатнім» жыццям, у адрас жанчыны, якая трымае ў кватэры сапраўднага льва, адрасанты выказвалі шматлікія папрокі і асуджэнне, крытыкавалі і агрэсіўна выказваліся. Зразумела, што іх маўленчыя дзеянні ішлі толькі ў адным кірунку, без зваротнай сувязі, таму што жанчыны не было ў студыі. Яна не магла нічога сказаць у сваё апраўданне і, магчыма, атрымаць падтрымку незалежных экспертаў тэлебачання – глядачоў.

Не менш значнай тактыкай прамога агрэсіўнага настрою з'яўляецца *адмова ад намінацыі* чалавека, пры якой адрасант звяртаецца на «ты» ці «ён», быццам той не прысутнічае ў зале. Тэлевізійная праграма па сваім фармаце ўжо з'яўляецца афіцыйнай сустрэчай, трансляцыя якой адбываецца на вялікую аўдыторыю і патрабуе ветлівага звароту «Вы», аднак агрэсіўна настроеныя камуніканты грэбуюць сацыяльна ўсталяванымі правіламі і дазваляюць сабе звяртацца на «ты» незалежна ад статусу і ўзросту суб'екта. Такім чынам яны наўмысна прыніжаюць сацыяльны статус суразмоўца. Ганьбаванне і папрок умоўна варта аднесці да вербальна агрэсіўных актаў, таму што «папрок у некаторых выпадках выражаецца ў негатыўнай форме, а абвінавачванне ўжо семантычна ўключае ў сябе агрэсію» [18, с. 289].

Структурна-сэнсавай тактыкай стварэння камунікатыўнага дысбалансу з'яўляецца *дэманстрацыйная адмова ад камунікацыі*, што праяўляецца ў выказваннях, у якіх моўца дэкларыруе сваё нежаданне працягваць размову. Як слухна сцвярджае Т. Варанцова, «дэманстрацыйная адмова ад дыялогу – гэта альбо адмова ад стварэння агульнай камунікатыўнай прасторы, альбо знішчэнне ў аднабаковым парадку ўжо існуючай камунікатыўнай прасторы» [2, с. 583].

Алена Доманава, настаўніца: *Даже не хочу об этом слышать, прекратите! Вы мне лучше скажите вот что...* (праграма «Форум», 18.01.2016).

У тэлеэфіры, як правіла, гэта выражаецца адкрытым або неадкрытым нежаданнем камуніканта працягваць абмеркаванне і хутчэй перавесці размову на іншую тэму, аднак ні ў якім разе не пакінуць студыю, таму што дэманстрацыйнае пакіданне праграмы не заўсёды можа быць маркерам пакрыўджанасці камуніканта, але сведчаннем яго бездапаможнасці і, як вынік, капітуляцыі.

Прагматычна-камунікатыўныя клішэ, якія ўсё ж такі экспліцыруюць адмову ад камунікацыі (*не буду размаўляць, вас гэта не тычыцца, не буду каментавать, не стану адказваць на пытанне*), супраджаюцца каментарыем, які па сваім маўленчым кірунку ўжо будзе змяшчаць агрэсіўна-негатыўную ацэнку адрасата. Сам факт адмовы ад размовы сведчыць аб тым, што сапраўдная мэта дадзенага прыёму ў публічнай камунікацыі – дыскрэдытацыя апанента ў вачах тэлеглядачоў.

Для адрасанта найбольш хуткім спосабам стварэння «камунікатыўнага дысбалансу» з'яўляецца *перабіванне і перахоп маўленчай ініцыятывы*, які расцэньваецца як ненаарматыўнасць пры публічнай камунікацыі:

Георгій Атаманаў, другі сакратар Цэнтральнага камітэта КПБ: *Олег, не перебивай! Научись вести себя в том числе и в студии. Я ещё не закончил. Балаган заканчивай* (праграма «Наша жизнь», 13.11.2017).

Да пасіўных агрэсіўных паводзін можна аднесці прасадычную тактыку *павышэння голасу*, пры якой камунікант наўмысна ці ненаўмысна павышае голас, для таго каб атрымаць псеўдакамунікатыўнае «дамінаванне». Такімі дзеяннямі ён разлічвае на тое, што будзе не толькі пачуты, але і што з ім пагодзяцца.

Трэба адзначыць, што ў публічнай камунікацыі стварэнне камунікатыўнага дысбалансу і маўленчае абяззбройванне суразмоўца з'яўляецца толькі прамежкавай мэтай адрасанта, канчатковым вынікам яго дзейнасці будзе маўленчае ўздзеянне на масавага адрасата – гледачоў у студыі і тэлегледачоў.

Заклучэнне

Такім чынам, кожны ўдзельнік тэлевізійнай камунікацыі мае пэўную асабіста каштоўнасцю арыентацыю і прадугледжвае выкарыстанне спецыфічных, характэрных толькі для яго моўных лексікаграматычных, стылістычных і нават прасадычных сродкаў. Гарманічны камунікатыўны вынік прадугледжвае адпаведнасць рэакцыі адрасата намерам суразмоўца і захаванне ў працэсе зносін статусна-ролевых пазіцый камунікантаў, а таксама ўзаемную арыентацыю на культурныя каштоўнасці і рэгулятывы, прынятыя ў пэўным асяроддзі. Пры дысгарманічным камунікатыўным выніку, наадварот, назіраецца неадпаведнасць рэакцыі адрасата намерам камуніканта, статусна-ролевы дысбаланс, парушэнне камунікатыўных норм. Ад яго камунікатыўнай мэты і пабудовы маўленчых паводзін залежыць выбар камунікатыўна-прагматычнага тыпу маўлення, як вынік – усёй размовы ў цэлым.

У беларускім тэлевізійным дыскурсе пераважаюць канструктыўныя модусы маўленчых паводзін – ветлівасць і талерантнасць. Ветлівыя паводзіны ўяўляюць эфектыўнае ўзаемадзеянне, калі суразмовец

пры неабходнасці пагаджаецца і можа змяніць свае погляды пад уплывам маўленчага партнёра. Ветлівыя паводзіны – найбольш частотны тып маўленчага ўзаемадзеяння, таму што прыныцп беларускіх тэлевізійных праграм прадугледжвае адсутнасць сцэнічнага (тэлевізійнага) канфлікту, закрананне праблемы і разгляд яе камунікантамі з падобнымі пунктамі гледжання.

Маўленчая агрэсія, якая таксама сустракаецца падчас тэлекамунікацыі, перашкаджае рэалізацыі асноўных задач эфектыўнай размовы: ускладняе паўнаватасны абмен інфармацыяй, перашкаджае ўспрымання і разуменню суразмоўцамі адзін аднаго, робіць немагчымай выпрацоўку агульнай стратэгіі ўзаемадзеяння. Сама па сабе інфармацыя з негатыўнымі фактамі з'яўляецца нормай, таму што яе данясенне – асноўная задача СМІ. Аднак мэтанакіраваныя агрэсіўныя маўленчыя паводзіны камунікантаў будуць парушэннем гарманічнага працэсу тэлевізійнай размовы, што прамаці ўскосна будзе ўплываць на фарміраванне разумова-маўленчай культуры як адрасантаў, так і адрасатаў.

Бібліяграфічныя спасылкі

1. Самусевіч ВМ. *Беларускія СМІ ў лагасферы нацыянальнай культуры*. Мінск: БДУ; 2012. 146 с.
2. Воронцова ТА. Речевая агрэсія, толерантнасць, вежлівасць. В: *Язык СМИ и политика (коллективная монография)*. Москва: Издательство Московского университета; 2012. с. 565–579.
3. Прохоров ЮЕ. Параметрическое описание русского коммуникативного поведения в сопоставлении с коммуникативным поведением отдельных народов. В: Прохоров ЮЕ, Стернин ИА. *Русские: коммуникативное поведение*. Москва: Флинта; 2007. с. 243–252. Совместное издание с «Наука».
4. Михайлова ОИ. Лингвокультурологические аспекты толерантности [Электронный ресурс]. URL: <http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/30862/1/978-5-7996-1406-5.pdf> (дата обращения: 05.02.2017).
5. Ланских АВ. *Речевое поведение участников реалити-шоу: коммуникативные стратегии и тактики* [диссертация]. Екатеринбург: Уральский государственный университет имени А. М. Горького; 2008.
6. Коньков ВИ. *Русская речь в средствах массовой информации: стилистический аспект*. Санкт-Петербург: Издательство Санкт-Петербургского университета; 2007. 272 с.
7. Кальмайер В. Использование различных видов диалога на телевидении. В: Володина МН, редактор. *Язык средств массовой информации: учебное пособие для вузов*. Москва: Академический Проект; 2008. с. 437. Совместное издание с «Альма Матер».
8. Формановская НИ. *Речевое общение: коммуникативно-прагматический подход*. Москва: Русский язык; 2002. 216 с.
9. Мациева Э. Специфика использования риторических стратегий в речи ведущих ток-шоу. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. 2010;2:115–117.
10. Кузьміна А. *Тэлешоу: ад творчай задумы да рэалізацыі*. Мінск: Медыясонт; 2014. 112 с.
11. Глушак ВМ. *Лінгвопрагматычны аспект рэчэвога паводзення камунікантаў у сітуацыях повсядзёнага абшчэня (на матэрыяле нямецкага языка)* [диссертация] [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dslib.net/germanskie-jazyki/lingvopragsmaticheskij-aspekt-rechevogo-povedenija-kommunikantov-v-situacijah.html> (дата обращения: 24.02.2018).
12. Leech G. *Principles of Pragmatics*. London, New-York: Longman; 1983. 250 p.
13. Goffman E. *Modelli di interazione*. Bologna: Il mulino; 1971.

14. Brown P, Levinson S. *Politeness: Some Universals in Language Usage*. Cambridge; 1987.
15. Оршанская ЕГ. Извинение как часть вежливой речевой коммуникации русских и англичан [Электронный ресурс]. URL: http://yspu.org/conferences/the_person_in_information_field_2011/Orshanskaja.pdf (дата обращения: 09.11.2017).
16. Стернин ИА. *Коммуникативные аспекты толерантности*. Воронеж; 2001. 136 с.
17. Петрова НЕ. *Язык современных СМИ. Средства речевой агрессии*. Москва: Флинта; 2011. 200 с. Совместное издание с «Наука».
18. Ключев ЕВ. *Речевая коммуникация*. Москва: Рипол классик; 2002. 320 с.

References

1. Samusevich VM. *Belaruskija SMI w lagasfery nacyjanal'naj kul'tury* [Belarusian media in the logosphere of the national culture]. Minsk: BSU; 2012. 146 p. Belarusian.
2. Vorontsova TA. [Speech aggression, tolerance, politeness]. In: *Yazyk SMI i politika (kollektivnaya monografiya)* [The language of the media and politics]. Moscow: Publishing House of Moscow State University; 2012. p. 565–579. Russian.
3. Prokhorov YE. [Parametric description of Russian communicative behavior in comparison with the communicative behavior of certain peoples]. In: Prokhorov YuE, Sternin IA. *Russkie: kommunikativnoe povedenie* [Russian: communicative behavior]. Moscow: Flinta; 2007. p. 243–252. Co-published by «Nauka». Russian.
4. Mikhailova OI. [Linguistic and cultural aspects of tolerance] [Internet]. [Cited 2017 February 5]. Available from: <http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/30862/1/978-5-7996-1406-5.pdf>. Russian.
5. Lanskih AV. [Speech behavior of reality show participants: communicative strategies and tactics] [dissertation]. Ekaterinburg: Ural State University named after A. M. Gorky; 2008. Russian.
6. Konkov VI. *Russkaya rech' v sredstvakh massovoi informatsii: stilisticheskii aspekt* [Russian speech in the media: Stylistic aspect]. Saint Petersburg: Publishing house of Saint Petersburg University; 2007. 272 p. Russian.
7. Kalmayer V. [The use of various types of dialogue on television]. In: Volodina MN, editor. *Yazyk sredstv massovoi informatsii* [Language of the media]. Moscow: Academic Project; 2008. p. 437. Co-published by «Alma Mater». Russian.
8. Formanovskaya NI. *Rechевое obshchenie: kommunikativno-pragmaticheskii podkhod* [Speech communication: communication-pragmatic approach]. Moscow: Russkii yazyk; 2002. 216 p. Russian.
9. Matsieva E. [Specificity of using rhetorical strategies in the speech of the leading talk shows]. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki* [Philological Sciences. Questions of theory and practice]. 2010;2:115–117. Russian.
10. Kuz'minava A. *Teleshou: ad tvorchai zadumy da realizatsyi* [Taleshow: from creativity to realization]. Minsk: Mediasont; 2014. 112 p. Belarusian.
11. Glushak VM. *Linguopragmatic aspect of verbal behavior of communicants in situations of everyday communication (on the material of the German language)* [dissertation] [Internet]. [Cited 2018 February 24]. Available from: <http://www.dslib.net/germanskie-jazyki/lingvopragmaticheskij-aspekt-rechevogo-povedeniya-kommunikantov-v-situacijah.html>. Russian.
12. Leech G. *Principles of Pragmatics*. London, New York: Longman; 1983. 250 p.
13. Goffman E. *Modelli di interazione*. Bologna: Il mulino; 1971.
14. Brown P, Levinson S. *Politeness: Some Universals in Language Usage*. Cambridge; 1987.
15. Orshanskaya EG. [Apology as part of polite speech communication between Russians and Englishmen] [Internet]. [Cited 2017 November 9]. Available from: http://yspu.org/conferences/the_person_in_information_field_2011/Orshanskaja.pdf. Russian.
16. Sternin IA. *Kommunikativnye aspekty tolerantnosti* [Communicative aspects of tolerance]. Voronezh; 2001. 136 p. Russian.
17. Petrova NE. *Yazyk sovremennykh SMI. Sredstva rechevoi agressii* [The Language of Modern Media. Means of speech aggression]. Moscow: Flinta; 2011. 200 p. Co-published by «Nauka». Russian.
18. Klyuev EV. *Rechevaya kommunikatsiya* [Speech communication]. Moscow: Rapol classic; 2002. 320 p. Russian.

Артыкул паступіў у рэдкалегію 12.05.2018.
Received by editorial board 12.05.2018.