

приведенных примерах – являются фальшивой этикеткой. В любом случае они являются конструктами языковой личности, но разных ее типов.

#### **Библиографические ссылки**

1. Стругацкие А. и Б. Понедельник начинается в субботу. СПб. : Интероко, 1993. 448 с.
2. Крысин Л. П. Русское слово: свое и чужое: Исследование по современному русскому языку и социолингвистике. М. : Языки славянской культуры, 2004. 888 с.
3. Брейтер М. А. Процесс языкового заимствования как способ реализации коммуникативных потребностей в рамках межкультурного воздействия // Лингвокогнитивные проблемы межкультурной коммуникации. М. : 1997. С. 49-66.
4. Устинова Т. В. Переключение языкового кода как актуальное явление современного художественного дискурса // Лингвистические основы межкультурной коммуникации. Н. Новгород : НГЛУ, 2005. С.345-347.
5. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. М. : ЛКИ, 2007. 264 с.
6. Хомякова Е. Г. Эгоцентризм речевой деятельности. СПб. : изд-во Санкт-Петербургского университета, 2002. 239 с.

### **ТЕЛЕВИЗИОННЫЙ РЕПОРТАЖ В ТЕОРИИ РЕЧЕВЫХ АКТОВ**

**О. В. Лапунова**

Белорусский государственный университет

Минск, Беларусь

e-mail: olga-2980@mail.ru

В статье рассматривается функциональный потенциал речевого акта «сообщение» в телевизионном репортаже с позиции теории речевых актов. Выявляются основные характеристики пропозиционального содержания речевого акта «сообщение» в телевизионном репортаже, особенности взаимодействия его локутивного, иллокутивного и перлокутивного компонентов.

*Ключевые слова:* телевизионный репортаж; речевой акт; локуция; иллокуция; перлокуция; пропозициональное содержание.

### **TELEVISION REPORT IN THE SPEECH ACT THEORY**

**O. V. Lapunova**

Belarusian State University

Minsk, Belarus

e-mail: olga-2980@mail.ru

The article considers the functional potential of the speech act “message” in a television report from the perspective of the speech act theory. The main characteristics of the propositional content of the speech act “message” in a television report are being analyzed. The features of the interaction of its locutionary, illocutionary and perlocutionary components are identified.

*Key words:* television report; speech act; locution; illocution; perlocution; propositional content.

Теория речевых актов занимается изучением и интерпретацией актов коммуникации, которые функционируют в процессе общения. Дж. Остин утверждает, что высказывания используются не только для того, чтобы донести какую-то информацию. В каждом высказывании говорящий совершает действие, заявляя о каком-то факте, констатируя какое-то намерение, подтверждая или отрицая что-либо [1].

Идеи Дж. Остина основываются на суждении, что деятельностью природой обладают все высказывания. Дж. Остин утверждает, что локутивный акт эквивалентен произнесению высказывания с определенным значением в традиционном смысле [там же].

Иллокутивный акт – это информирование, предупреждение или обязательство. Дж. Сёрл утверждает, что иллокутивный акт является минимальной законченной единицей языковой коммуникации человека [2].

Перлокутивный акт – это речевой акт, который производит определённый эффект, намеренный или нет, достигаемый высказыванием говорящего. Примерами перлокутивных актов являются убеждение, оскорбление, побуждение адресата что-либо сделать и т.д.

Думается, что основные характеристики пропозиционального содержания речевого акта «сообщение» в телевизионном репортаже могут быть выявлены путем анализа особенностей взаимодействия его локутивного, иллокутивного и перлокутивного компонентов.

В современной лингвистической литературе телерепортаж определяется как оперативный, динамичный рассказ об общественно важном событии, отличающийся наглядностью и активной ролью автора – свидетеля или участника. С психологической точки зрения телевизионная коммуникация может быть понята в контексте взаимосвязи журналиста и зрителя, которые и являются компонентами речевой ситуации. Логичность, обобщенность и точность составляют основные признаки речевого акта сообщения в телевизионном репортаже, содержанием которого является «констатация некоторого положения дел действительности» [3].

Особенность речевого акта «сообщение» в телерепортаже состоит в его однонаправленности: журналист не видит реакции аудитории на излагаемую им информацию. При межличностной коммуникации говорящий следит за реакцией слушающих, даже если коммуникация односторонняя (например, лекция в аудитории), контролирует восприятие, корректирует свою речь в случае утраты интереса к ней и, наоборот, воодушевляется, находя понимание и одобрение. Всего этого журналист, выступающий перед камерой, абсолютно лишен. Он должен силой вообра-

жения, подобно актеру, привлекая на помощь магическое «если бы», представить на месте телекамеры человека. Одного, а не «многомиллионную аудиторию».

Зритель телевидения, находясь у себя дома, психологически расположен к тому, чтобы воспринимать слово доверительное. Человек, слушающий другого человека на близкой дистанции, как бы с глазу на глаз, вправе ожидать от говорящего душевной открытости и внутренней убежденности в том, что произносимые слова найдут отклик. Что же касается процесса созерцания журналиста на экране, то он может быть интересен для зрителя лишь в том случае, если репортер реализует себя как духовно богатая личность, проникновением во внутренний мир которой и отличается, собственно говоря, выпуск телевизионных новостей от аналогичной передачи радио.

Таким образом, статус субъекта коммуникации, наличие фильтра «доверия и недоверия» к нему со стороны зрителя и определяют условия успешности иллюкутивного и перлокутивного компонентов речевого акта сообщения в телерепортаже.

Особое место как в отечественных, так и в зарубежных исследованиях занимает изучение эффекта «популярности» личности телеведущего. Одним из примеров подобного исследования может служить исследование М. Е. Фролова, проведенного на материале выступлений популярных ведущих телепрограмм новостей в различных телекомпаниях России [3].

В результате применения современного математического аппарата была выявлена «харизма» личности, интегрирующее качество, которое определяет способность стать популярным телеведущим. «Харизма» включает в себя пять независимых друг от друга характеристик: внешность, умение говорить от себя, профессиональные навыки или стиль поведения. Сочетание этих характеристик в различных вариантах определяет индивидуальный стиль коммуникативного поведения, каждый из которых может быть рекомендован как оптимальный для разного типа новостей.

Доверие к сообщению повышается по мере роста престижа и авторитетности источника информации. При этом эффект воздействия (реализация перлокутивного компонента речевого акта) «сообщения» усиливается, когда оно персонифицировано. В репортаже необязательно наличие вербально выраженной точки зрения журналиста, его личного отношения к явлению. Персонификация информации может проявляться через мнения, суждения отдельного человека или группы людей.

Любой речевой акт может быть охарактеризован с точки зрения взаимосвязи его основных компонентов: пропозиционального содержания,

намерения говорящего (иллокуции) и степени воздействия на адресата (перлокуция).

Телерепортаж является разновидностью публичного дискурса. Дискурс может рассматриваться как «система ограничений, которые накладываются на неограниченное число высказываний в силу определенной социальной или идеологической позиции говорящего» [4]. Система ограничений, которыми руководствуется репортер при планировании пропозиционального содержания речевого акта «сообщение» в телерепортаже, представлена правилами, составляющими журналистскую этику: информативности, точности, объективности и т.д. Эти правила являются конкретизацией постулатов кооперации Г. П. Грайса и принципов вежливости Дж. Лича, которые регулируют не только речевую деятельность тележурналиста, но и любой другой тип как речевой, так и неречевой деятельности [5; 6].

Как правило, именно в рамках данных ограничений журналист реализует свое коммуникативное намерение, иллокутивным компонентом которого является оказание воздействия на сознание и в связи с этим на поведение массовой аудитории.

В то же время, планируя стратегию выступления, тележурналист часто использует для достижения коммуникативной цели такие средства и приемы тактики речевого общения, которые противоречат правилам журналистской этики и речевого поведения вообще. Так, журналист нарушает «постулат качества» Г. П. Грайса, который гласит: «высказывание должно быть истинным» [5], сообщая информацию не из достоверных источников. Однако, в силу специфического характера телевидения как средства визуализированной информации, необъективность репортера при презентации телерепортажа часто не осознается зрителем, если источник речи не вызывает недоверия или настороженности. Иными словами, информация может быть ложной и вредной, но принятой в силу открытости для нее «шлюза доверия». И, наоборот, информация может быть абсолютно истинной и полезной и все-таки остаться непринятой, не пропущенной фильтром.

С точки зрения теории речевых актов и когнитивной психологии единство зрителя и тележурналиста предполагает следующие аспекты значения: когнитивный, аффективный, поведенческий и экологический.

Когнитивный и аффективный смысл содержания речевого акта «сообщение» в телерепортаже характеризуются особым типом взаимодействия иллокутивного и пропозиционального компонентов, которые не всегда совпадают. Когнитивное значение, придаваемое автором телевизионной ситуации взаимодействия; и аффективное значение, характери-

зующее ту эмоциональную атмосферу, которая создается сценарием передачи, могут и не осознаваться зрителем, но тем не менее они всегда определенным образом переживаются зрителем. Часто намерение репортера не согласуется с содержательной структурой телерепортажа, а характеризует некую особую ее атмосферу. Эта атмосфера тревоги, интереса или сопереживания и представляет собой аффективное и когнитивное значение, как бы заложенные по воле репортера, не совпадающие со смыслом происходящего на экране. Совсем другое дело – поведенческое значение. В отличие от когнитивного и аффективного, поведенческое значение служит формой выражения не всего целостного содержания телевизионной ситуации взаимодействия, а лишь специального, поведенческого ее аспекта. С целью реализации определенной коммуникативной цели репортер «материализирует» информацию, придает ей индивидуальный характер.

Поведенческий смысл представляет собой переживание зрителем коммуникативной стратегии журналиста, а также его невербальных проявлений в системе визуального ряда. Экологический смысл содержания речевого акта «сообщение» связан с умением журналиста ответить на вопрос: «Какая информация может заинтересовать зрителя?», то есть с содержательной стороной телерепортажа. Репортер в силу одностороннего характера речевого акта «сообщение» в телерепортаже, устанавливает кому конкретно и как конкретно адресована телевизионная ситуация с тем, чтобы предполагаемые участники диалога смогли оказаться «внутри» этой ситуации, и в том числе – как бы внутри данного экологического окружения, то есть, чтобы телевизионная ситуация имела для зрителей экологический смысл «среды для диалога», «своей» обстановки и непринужденной эмоциональной атмосферы.

Для создания приятной эмоциональной атмосферы важную роль играет ориентация репортера на энциклопедическую и лингвистическую компетенцию зрителей, что помогает ему избежать коммуникативных неудач в диалоге «журналист-зритель». Эффективность иллюкутивного и перлокутивного компонентов речевого акта «сообщение» в телерепортаже определяется временем звучания информационного сообщения. Иногда журналист нарушает один из постулатов кооперации Г. П. Грайса – постулат количества, который гласит: информации должно быть не больше и не меньше чем требуется [5], в результате чего репортер затягивает сообщение и не укладывается в рамки эфирного времени, что может служить причиной утомления аудитории и отказа ее от телевизионного контакта.

Таким образом, эффективность реализации иллокутивного и перлокутивного компонентов речевого акта «сообщение» в телевизионном репортаже предполагает учет всей совокупности экстралингвистических составляющих, поскольку именно они определяют композиционную структуру телевизионного сообщения и выбор языковых средств и приемов. Анализ взаимодействия пропозиционного, иллокутивного и перлокутивного компонентов речевого акта «сообщение» в телерепортаже был построен на идее о том, что целостная телевизионная среда предполагает единство автора и зрителя. Новостной телевизионный дискурс ориентирован на адресата, и его целью является одновременно информирование о событии и обеспечение адресату комфортного времяпрепровождения, что обеспечивает дистрактивный характер новостного дискурса. Языковое гурманство сегодняшнего телезрителя требует сопровождения новостного видеоряда словесной игрой, введением широкого регистра языковых средств. Судя по рейтингу теленовостей существует особый спрос на остроумие, экспрессивность, предельную свободу в ассоциациях и средствах их языкового воплощения именно в указанном телевизионном жанре, что и обуславливает его дифференциацию.

#### **Библиографические ссылки**

1. Austin J. L. How To Do Things With Words. Harvard University Press, 1975. 172 p.
2. Searle J. R. Expression and meaning. London : Cambridge University Press, 1979. 187 p.
3. Фролов М. Е. Телевизионный дискурс информационно-аналитических программ: на материале программ криминально-правовой тематики НТВ : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10. Тверь, 2004. 203 л.
4. Формановская Н. И. Размышления о единицах общения. М. : 2000. 234 с.
5. Grice H. P. Logic and conversation. New York, 1975. 134 p.
6. Leech G. N. Principles of pragmatic. London, New York : Longman, 1983. 257 p.

### **КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ, ТАКТИКИ И СРЕДСТВА ЭФФЕКТИВНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ДЕТЬМИ ОТ РОЖДЕНИЯ ДО ГОДА**

**О. А. Лукина**

Могилевский институт Министерства внутренних дел Республики Беларусь  
Могилев, Беларусь  
e-mail: sgd@institutemvd.by

В статье рассматриваются физические и психологические особенности детей от рождения до года, их способы общения с окружающими. Анализу подвергается так называемая «материнская речь». Изучаются коммуникативные и речевые