

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

стратегии, тактики и средства эффективного взаимодействия с новорожденными для формирования в последующем творческой личности.

Ключевые слова: коммуникативная стратегия; коммуникативная тактика; коммуникативное средство; материнская речь.

COMMUNICATIVE STRATEGIES, TACTICS AND MEANS OF EFFECTIVE INTERACTION WITH CHILDREN FROM BIRTH TO ONE YEAR

O. A. Lukina

Mogilev institute of the Ministry of internal affairs of the Republic of Belarus

Mogilev, Belarus

e-mail: sgd@institutemvd.by

The article discusses the physical and psychological characteristics of children from birth to a year, their ways of communicating with others. The so-called “maternal speech” is subjected to analysis. We study communicative and speech strategies, tactics and means of effective interaction with newborns to form a creative personality in the future.

Key words: communicative strategy; communicative tactics; communication tool; maternal speech.

Как известно, в процессе любого общения осуществляется речевое воздействие коммуникантов друг на друга. Речевое воздействие как специфический феномен стало активно изучаться в XXI веке в связи с изменениями в социально-экономической жизнедеятельности людей. Перепроизводство товаров привело к появлению рекламы, где с помощью также и языковых средств идет манипулирование человеческим сознанием с целью продвижения продукта той или иной компании. Плюрализм и многообразие взглядов, демократизация общества приводят к необходимости использования речевого воздействия и в политике.

Выделяют два основных способа речевого воздействия на адресата: персуазивность и суггестивность.

Персуазивность обозначает воздействие автора устного или письменного сообщения на его адресата с целью убеждения в чем-то, призыв к совершению или несвершению им определенных действий [1, с. 30]. Персуазивный коммуникативный процесс представлен различными ситуациями, в которых адресанты сознательно продуцируют сообщения, чтобы вызвать определенную реакцию адресата или повлиять на его оценки, убеждения.

Под суггестивностью понимается скрытое воздействие, в первую очередь словесное, воспринимаемое без критической оценки, принимаемое на веру, – внушение, наведение на мысли [там же, с. 30].

Мы, как участники коммуникации, можем контролировать его последствия на нас, если будем: 1) знать основные коммуникативные стратегии воздействия на адресата; 2) уметь анализировать тексты, связанные с воздействием на индивида, противостоять скрытому воздействию через язык; 3) владеть навыками самостоятельного формулирования высказываний, направленных на конструктивное речевое воздействие.

В настоящее время термин «коммуникативная стратегия» используется преимущественно в политическом и рекламном дискурсах. Коммуникативная стратегия предполагает целенаправленный процесс и обозначает «план по оптимальному воплощению определенного коммуникативного намерения отправителя сообщения» [там же, с. 90].

Следующий за коммуникативно-речевой стратегией уровень в системе коммуникации коммуникативно-речевая тактика – «более частное явление, конкретный коммуникативный ход, выступающий в качестве отдельного инструмента, реализации общей стратегии» [там же, с. 92]. Тактика всегда имеет набор типичных для ее реализации языковых средств различных уровней.

Следует также помнить, что адресат не пассивно воспринимает сообщение, а активно интерпретирует его и реализует свою стратегическую линию.

Наша задача – осуществлять общение с ребенком, учитывая его возрастные особенности, так, чтобы сформировать творческую, свободную, хорошо ориентирующуюся в современном мире личность. Для решения поставленной задачи мы будем использовать стратегии оценочного информирования [2] и позитивного отзеркаливания [3].

Детеныш человека рождается маленьким и беспомощным, что приводит к витальной необходимости в своем взрослом, который будет о нем заботиться. Существуют следующие средства общения новорожденного с родителями: 1) крик; 2) улыбка; 3) смех; 4) внешний вид младенца.

С помощью крика младенец привлекает внимание взрослого, заявляя о потребности в еде, безопасности. Ему может быть скучно. Его, возможно, нужно переодеть. Через какое-то время мама или другой взрослый, ее заменяющий, начинает различать эти разные оттенки крика. Чтобы за малышом было легче ухаживать, природой было задумано особое отношение взрослых к улыбке и смеху младенца: они умиляют, вызывают восторг.

Крик ребенка не является таким громким, как, например, звук канонады, рев машин или грохот музыки, но перечисленные звуки мы можем игнорировать или абстрагироваться от них. Крик младенца же включает

в нас заложенный природой инстинкт заботы, и мы, как бы утомлены ни были, встаем кормить малыша, переодевать и т.п.

Средствами общения родителей с ребенком до года можно назвать следующие: 1) постоянное присутствие матери (особенно до 6 месяцев); 2) теплые объятия; 3) молоко или другая еда (сколько хочешь и когда угодно); 4) внимание к его потребностям.

С трехмесячного возраста общение, обмен взглядами, улыбками, звуками, жестами становится важнейшим содержанием жизни младенца. Ребенку нужно повторять звуки, которые он воспроизводит. Это начало общения. Он тогда чувствует, что вы его понимаете. Нужно петь ему, смотреть в глаза. В этом возрасте недопустима критика ребенка. Так как главное желание малыша – понравиться родителям, а они являются для него демиургами, то у него появляется чувство вины.

Коммуникация в этом возрасте представляет своеобразный невербальный диалог: запрос ребенка (мне нужно!, мне страшно!) – ответ взрослого (я помогу!, я защищу!). Если на запрос в этом возрасте незамедлительно следует ответ, а потребность щедро и с радостью удовлетворяется родителями, ребенок освобождается от нее и становится в будущем самостоятельным.

Итак, природой задумано, чтобы мать в первые месяцы жизни почти не расставалась с ребенком и удовлетворяла его потребности, так как в это время формируется базовое доверие к миру. Как пишет Л. В. Петрановская, это «на самом деле очень короткое время, оно быстро пройдет и его потом не вернешь. Все может подождать; работа, друзья, хозяйство, все это никуда не денется, а для будущих отношений с ребенком это время бесценно» [3, с. 42]. Если у малыша не сформируется базовое доверие к миру, то в будущем любое несчастье в жизни он будет воспринимать как крах.

Особый стиль общения с младенцем принято называть *материнской речью*, и ее черты одинаковы для разных культур и народов. «Везде и всегда взрослые разговаривают с младенцами, повышая тембр голоса и растягивая гласные, используя много уменьшительно-ласкательных форм и утрированную интонацию, активно используя мимику и касаясь ребенка во время разговора» [там же, с. 42], – отмечает Л. В. Петрановская.

Интерес представляет и содержание материнского разговора: собеседнику, то есть младенцу, непрерывно сообщают, как его зовут, его половая принадлежность, во что он одет, чего хочет, какое у него настроение и т.п. Например, так: *«А кто у нас такой милый мальчик? А это Мишенька такой красивый, в такой пижаме синенькой. А что Мишенька*

плачет? Мишенька кушать хочет. Мы сейчас Мишеньку покормим, и будет Мишенька улыбаться».

Более того, почти вся коммуникация в семье между взрослыми строится вокруг младенца.

Суть такого особого типа общения в постоянном сообщении родителями ребенку о нем самом, его потребностях и чувствах, что дает младенцу уверенность в его существовании и его важности.

С шестимесячного возраста фазу существования сменяет фаза действия. Появляются первые запреты, необходимые малышу для установления границ. Однако следует помнить, что на каждое «нет» в этом возрасте ребенок должен слышать два «да», иначе включается режим самоуничтожения.

Важным является название чувств и эмоций, которые испытывает малыш. Например, если мама уходит в магазин, а ребенок остается с бабушкой и печалится по этому поводу, нужно озвучить его эмоцию, сказать, что да, тебе грустно, потому что мамы какое-то время не будет. Часто же родителям хочется, чтобы ребенок испытывал только положительные эмоции, а от отрицательных они либо отвлекают его или ругают за них.

Таким образом, для осуществления эффективного речевого воздействия на адресата необходимо учитывать следующие особенности: 1) возраст адресата; 2) его физические и психологические особенности; 3) цель сообщения; 4) условия, в которых происходит коммуникация.

Ребенок от рождения до года – это особый возраст, задача которого – получить от взрослого уверенность в том, что «я существую, и это хорошо». От взрослых требуется безусловная любовь и принятие малыша. Поэтому вся коммуникация строится на положительном оценочном информировании новорожденного о нем самом. В качестве языковых средств используются слова с уменьшительно-ласкательными суффиксами, простые по структуре предложения, много повторений. Немаловажную роль в общении с малышом играет невербалика: интонация, тембр голоса, выражение лица взрослого.

Библиографические ссылки

1. Чернявская В. Е., Молодыхенко Е. Н Речевое воздействие в политическом, рекламном и интернет-дискурсе : уч. для магистратуры. М. : ЛЕНАНД, 2017. 176 с.
2. Голоднов А. В. Лингвопрагматические особенности персуазивной коммуникации (на примере современной немецкоязычной рекламы) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04; Рос. гос. пед. ун-т им. А. И. Герцена. СПб., 2003. 23 с.
3. Петрановская Л. В. Тайная опора: привязанность в жизни. М. : АСТ, 2018. 288 с.