

УДК 811.111'34

Черкасова Д.И.

Московский педагогический государственный университет

НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЯЗЫКА ДЕТСКОЙ ТЕЛЕПЕРЕДАЧИ

D. Cherkasova

Moscow State Pedagogical University

SOME CHARACTERISTICS OF THE LANGUAGE OF CHILDREN'S TELEVISION PROGRAMMES

Аннотация. В статье рассматривается язык детских телепередач как один из наименее изученных видов медиаречи на настоящий момент. Автор изучает фактор адресата с точки зрения его влияния на выбор языковых средств и формирование дискурса. В анализ особенностей детской аудитории включается также детское восприятие, в рамках которого рассматриваются внимание и эмоциональная составляющая восприятия. Проведенное исследование, основу которого составил анализ детских передач BBC, позволило выделить характерные лексико-синтаксические и просодические особенности данного вида медиаречи.

Ключевые слова: медиа-речь, фактор адресата, детское восприятие, эмпатия, лексико-синтаксическая и просодическая характеристики.

Abstract. This article examines the language of children's TV programmes as one of the least explored types of media texts at the present time. The author studies the factor of an addressee from the point of view of its influence upon the selection of language means and discourse formation. The analysis of the peculiarities of children's audience includes children's perception within the framework of which attention and an emotional characteristic of perception are considered. The undertaken research, based upon the analysis of BBC programmes for children, revealed peculiar lexico-syntactic and prosodic characteristics of this type of media text.

Key words: media text, factor of an addressee, children's perception, empathy, lexico-syntactic and prosodic characteristics.

Современная медиаречь, являющаяся «одной из самых распространенных форм современного бытования языка», привлекает к себе внимание многих исследователей, которые анализируют особенности различных видов медиатекстов не только с точки зрения лингвистической науки, но и психолингвистики, социолингвистики, риторики (общей и педагогической) [2, 9].

Среди основных типов медиатекстов наиболее изученными являются новостные, рекламные и информационно-аналитические тексты. Публицистические же тексты, к которым относятся многочисленные тематически разнообразные теле- и радиопередачи, объединенные признаками *занимательности, познавательности и индивидуально-авторского видения*, реже становятся объектом специальных лингвистических исследований. В частности, детские телепередачи и их язык, на наш взгляд, до настоящего момента не получили должного рассмотрения и анализа. Вероятно, это связано с тем, что доля образовательных передач значительно уступает количеству информационных, развлекательных и рекламных программ.

Одной из главных особенностей детских телепередач является обращенность к детской аудитории; таким образом, фактор адресата приобретает особое значение. Необходимо отметить, что адресат в массовой коммуникации – это большая группа лиц, в данном случае детей, наделенная различными характеристиками, не всегда поддающимися дифференциации. Таким образом, специфика акта массовой коммуникации состоит в том, что эта аудитория, с одной стороны, очень многочисленна, а с другой – наделена разнообразными признаками,

такими, как пол, возраст, социальное происхождение, культурный уровень, национальные особенности и др., что разобщает ее и является дополнительным фактором сложности достижения коммуникативной цели.

В своих научных трудах М.Б. Бергельсон подчеркивает, что «в процессе коммуникации говорящий создает смыслы с учетом текущего состояния сознания адресата». Таким образом, исследовательница имеет в виду, «что описание значений, как лексических, так и грамматических единиц, а также описание выборов тех или иных способов номинаций в некоторых случаях невозможно без учета того, кто является адресатом, где тот находится относительно конситуации, какую позицию занимает по отношению к препозиционному содержанию» [1, 1].

Другим, существенным, фактором является то, что адресат, по словам М.Б. Бергельсон, является одновременно интерпретатором дискурса. «Интерактивная модель дискурса основана на предположении о том, что говорящий строит дискурс, ориентируясь на процессы интерпретации. Поэтому он должен корректировать процесс развертывания дискурса, осуществляя выбор языковой формы на основе своих представлений о внеязыковых знаниях адресата» [1, 1].

Таким образом, особенности языка детских телепередач обуславливаются характеристиками детской аудитории и детского восприятия. Важную роль в процессе восприятия медиатекстов играет внимание реципиента. В современной психолингвистике внимание подразделяется на *непосредственное (непроизвольное)* и *опосредованное (произвольное)*. Непроизвольное внимание возникает в ситуации, когда объект интересен сам по себе, но такое внимание недолговечно. В медиатекстах привлечение непроизвольного внимания осуществляется с помощью заставок, броских заголовков, музыки и т. п. Произвольное внимание является наиболее продуктивным, так как оно опирается на целенаправленные волевые усилия. Чем старше ребенок, тем больше произвольное внимание превалирует над непроизвольным. Тем не ме-

нее особенностью детских телепередач были и остаются красочность оформления, смена декораций (места действия) и видов деятельности, песни, смена гостей или героев, что позволяет удерживать непроизвольное внимание детской аудитории.

Другой важной характеристикой восприятия медиатекстов является эмоциональная составляющая этого процесса. Р. Харрис считает, что эмоции, являясь неотъемлемой частью восприятия СМИ, содержат два компонента: *физиологический* и *когнитивный* [3, 62]. Физиологический компонент проявляется в реакциях организма на эмоциональное воздействие и выражается в учащенном сердцебиении, изменении цвета кожных покровов и т. д. Когнитивный компонент проявляется в ментальных процессах, вызванных эмоциональным переживанием. По мнению Р. Харриса, эмоциональное участие при взаимодействии с медиатекстом также зависит от того, в какой степени реципиент идентифицирует себя с персонажем. Результатом идентификации является отождествление реципиентом себя с репрезентируемыми в медиатекстах образами, подражание им в манерах поведения, общения и т. д. Наиболее ярко процессы идентификации протекают в детской и подростковой аудитории. В качестве главного средства эмоциональной идентификации Харрис рассматривает *эмпатию* – способность понимать чувства другого человека и проникаться ими [3, 68]. Эмпатия подразделяется на *когнитивную*, основанную на готовности принять мнение другого человека, и *эмоциональную*, связанную со способностью и готовностью сопереживать, сострадать, т. е. испытывать различные эмоции. Способность к эмпатии закладывается в детском возрасте и, являясь частью процесса идентификации, реализует воспитательно-развивающую функцию. Другим важным фактором эмоционального восприятия медиатекстов Харрис считает напряженное ожидание (*suspense*), которое, в свою очередь, вызывает психологическое возбуждение. Это состояние, как правило, возникает при взаимодействии с текстами аудио-визуального характера и

предполагает наличие захватывающего сюжета, проблемы, которую персонажи должны срочно решить, препятствий, мешающих героям в решении этой проблемы [4, 29].

Данные особенности восприятия медиаречи детской аудиторией находят свое отражение в лексико-синтаксическом и просодическом оформлении медиатекста. В ходе исследования, проведенного нами на материале детских передач, были сделаны некоторые наблюдения об особенностях языка данного вида медиадискурса. Материалом исследования послужили современные британские телевизионные передачи для детей: “Big Cook Little Cook”, “Balamory”, “Welcome to the City” телеканала BBC. Общее время звучания составило три часа тридцать минут. В узкий корпус исследования вошли фрагменты телепередач, время звучания которых – один час сорок минут.

На первом этапе исследования на основе видеоматериалов были составлены транскрипты звучащих текстов. На втором этапе был проведен анализ риторических приемов и лексико-грамматических особенностей детских телепередач. Также был проведен аудиторский анализ звучащих текстов, в котором принимали участие два профессиональных фонетиста-аудитора.

Исследование показало, что язык детских телепередач характеризуется большим количеством простых синтаксических конструкций (“*Oh, I can see some spoons. How many? One, two, three... But not four. What about cups?*”), повторениями (*It’s going to be fun, fun, fun! In the book, in the book, in Big Cook’s Book*), обращениями к аудитории (*Hey, why don’t you come along too? Which shoes do runners wear? Do you know? Shout the answer for me*). Наблюдается значительное количество эмоционально окрашенных эмфатических высказываний (*Oh, don’t worry, P.C. Plum, I’m sure I can help*), сравнений (*Crossing the road is very like going fishing. This one is green, like a grassy hill*), цитат (*I’ll huff... and I’ll puff... and I’ll blow your house down!*), а также различных способов создания юмористического эффекта (*First you forget my pump, now you’re eating my painting!*).

Необходимо отметить тот факт, что в языке детских телепередач содержатся такие, в целом характерные для речи, обращенной к детям, элементы, как рифма (*The Queen of Hearts loves jam tarts, All swirly and whirly, isn’t it? ‘Happy-Snappy’ cameras*), звукоподражательные слова (*brum-brum, choo-choo*) и слова с уменьшительными суффиксами (*goodie, comfy, doggy, all righty, yummy*).

Как показало наше исследование, для данного вида медиадискурса характерна значительная просодическая выделенность смысловых центров, что обеспечивает эффективную передачу информации. В то же время отмечается плавное изменение терминального тона, что связано с направленностью речи на детскую аудиторию. На фонетическом уровне следует отметить вариативность акцентов различных участников телепередач, относительно медленный темп речи и более высокий тональный уровень.

Таким образом, суммируя особенности языка детских телепередач, можно сделать вывод о том, что такие характеристики, как простые синтаксические конструкции, повторы, обращения, рифмующиеся слова, звукоподражательные слова и уменьшительно-ласкательные суффиксы, а также умеренный темп речи и высокий тональный уровень, являются общими характеристиками речи, направленной на ребенка, так называемой *child directed speech* (CDS).

Дискуссия об универсальности понятия CDS ведется многие годы. Так, около тридцати лет назад Чарльз Фергюсон (Charles Ferguson) сделал вывод, что CDS – стиль речи, являющийся универсальным для языкового поведения людей. Исследователь приводит три возможных причины: 1) говорящий может имитировать высоту тона детей, которая выше, чем у взрослых, из-за размера и формы их голосовых связок; 2) CDS соответствует детскому восприятию и поэтому привлекает их внимание; 3) просодия CDS помогает детям выделять слова из потока речи, тем самым обеспечивая их начальными знаниями о структуре родного языка. Следует отметить, что хотя CDS и является универсальной,

структура и состав ее характеристик варьируется в зависимости от типа культуры [6, 92].

В заключение подытожим, что детская телепередача представляет собой специфический вид звучащего медиадискурса, важную роль в обеспечении эффективности которого играют фонетические средства.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Бергельсон М.Б. Факторы адресата в дискурсе масс-медиа [Электронный ресурс] // Тезисы докладов II Международной научной конференции «Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования», Москва, МГУ: [сайт]. [2008]. URL.: http://www.russcomm.ru/rca_office/members/bergelson.shtml (дата обращения: 09.09.2011).
2. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь. М.: Флинта: Наука, 2008. 264 с.
3. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. СПб.: прайм-ЕВРОЗНАК, 2003. 448 с.
4. Чичерина Н.В. Медiateкст как средство формирования медиаграмотности у студентов языковых факультетов. М.: Издательство ЛКИ, 2008. 232 с.
5. Crystal, David. How Language Works. Penguin Books, 2007. 500 p.
6. Ferguson, C.A. Talking to Children: A Search for Universals / In J. Greenberg, ed. / Universals of Human Language. Stanford, CA: Stanford University Press, 1978. 85-126 p.