

тематическими особенностями прозы Л. Рублевской являются беллетризация истории, жанровая диффузия, наличие нескольких временных измерений, динамичный сюжет, конфликт, в котором обязательно побеждает добро, высокая филологическая культура стиля, мифологизация и романтизация прошлого, рецепция языческой, античной и библейской символики, направленность на использование принципов постмодернистской поэтики и интертекстуальности.

1. Боровко, В.Ю. Романы Людмилы Рублевской как художественный диалог с жанровой традицией / В.Ю. Боровко // *Biaŋorutenistyka Białostocka*. – Том 7. – Белосток. – 2015. – С. 147-160.
2. Бугаев, Д. Белорусский детектив Людмилы Рублевской : [літ.крытыка] / Д.Бугаев // *Полымя*. – 2006. – № 7. – С. 207-212.
3. Рак, М.С. Жанрава-тэматычны дыяпазон прозы Людмилы Рублеускай: традыцыі і наватарства / М.С. Рак. – Минск, 2016. – С. 118 – 123.
4. Рублеўская, Л.І. Золата забытых магіл / Л.І. Рублеўская. – Мінск, 2005. – 187 с.
5. Рублеўская, Л.І. Пярсцёнак апошняга Імператара / Л.І. Рублеўская. – Мінск, 2002. – 67 с.
6. Шевлякова-Борзенко, И.Л. Проза. История белорусской литературы XX века / И.Л. Шевлякова-Борзенко. – Минск, 2015. – Т. 4, кн. 3. – С. 8-35.

РЕАЛИЗАЦИЯ МЕДИАСТРАТЕГИЙ В СОВРЕМЕННОМ АНГЛОЯЗЫЧНОМ РАДИОДИСКУРСЕ

Ючкович Е.А.,

*магістрант ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь
Научный руководитель – Казимирова О.В., канд. филол. наук, доцент*

На современном этапе развития общества социокультурная среда фундаментально модифицировалась по нескольким причинам. Во-первых, из-за общей тенденции к интеграционным процессам. Во-вторых, в результате сопровождающих изменений в коммуникативной среде, в частности, возникновении новых медиа. На сегодняшний день дискурсивный анализ предстает одним из наиболее перспективных направлений, как в трудах зарубежных, так и отечественных исследователей.

В настоящей работе объектом исследования является такая разновидность дискурса, как радиодискурс, который, по словам В.В. Прозорова, «усердно и ненавязчиво играет в массовом и индивидуальном восприятии неповторимую роль лирического рода [1, с. 176]. В результате радиодискурсу присуща повышенная доверительность тона, особая откровенность, чувствительность» [1, с. 176]. Радидискурс признается многими исследователями одним из видов медиадискурса, который, в свою очередь, является типом устного дискурса. Так, С.А. Шульскис справедливо отмечает, что «радиоречь принято рассматривать в рамках устной публичной речи» [2, с. 375].

Отметим, что общие основы методологии изучения радиодискурса заложены в работах ведущих теоретиков и практиков в области журналистики (см. работы Е.І. Вартановой, Л.А. Васильевой, Л.А. Кохановой, К. Маккой, Е.П. Прохорова, Е.Н. Филимоновых и др.). Они формируют мнение о теоретическом осмыслении функционирования средств массовой информации в истории и современности. (М.В. Зарва «Слово в эфире. О языке и стиле радиопередач» (1971), С.И. Бернштейн «Язык радио» (1997), Т.Г. Добросклонская «Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь» (2008), И.В. Анненкова «Медиадискурс XXI века» (2011), Н.Г. Нестерова «Современный радиодискурс» (2015) и др.). Следует подчеркнуть, что научные работы в целом отражают результаты изучения лишь отдельных сторон радиодискурса. В этой связи требуют изучения функционирующие в нем дискурсивные практики, которые представляют собой совокупность стратегий, вербальных средств и приемов, направленных на оптимизацию речевого взаимодействия в сфере радиокommunikации.

Целью исследования является выявление ключевых медиастратегий в англоязычном радиодискурсе.

Материал и методы. Материалом исследования послужили радиодискуссии на английском языке, опубликованные на сайтах *bbs.com* и *abc.net.au* в 2019–2020 гг. Мето-

ды исследования включают описательный анализ, контекстуальный анализ, метод интерпретации, логико-семантический анализ.

Результаты и их обсуждение. В результате изучения радиодискуссий англоязычных радиостанций нами были выявлены следующие медиастратегии:

Стратегия организации диалога – это объединенная деятельность коммуникантов с целью создания благоприятных условий для протекания дискуссий. Установлено, что данная стратегия отражается в:

а) приветствиях: “Hello, and welcome to the Health Report with me, Norman Swan”. “Hi. This is 99% Invisible. I’m Roman Mars”. “Hello, this is Coronacast, a podcast all about the coronavirus. I’m health reporter Tegan Taylor”. “Hi. This is Jane Garvey. This is the Woman’s Hour podcast”;

б) обращениях: “So over the months of the pandemic, Norman, we’ve got lots and lots of questions about Covid and kids and babies and pregnancies”. “So yesterday, Norman, we were talking about”. “So Stephanie, what have you seen firsthand?” “Robert, thank you, we will watch this with interest”;

в) прощаниях: “We’ll see you tomorrow”. “See you then”. “ I’m Lynne Malcolm., catch you next time”; “Bye for now”. “You’ve been listening to the Health Report with me, Norman Swan, I hope you can join me again next week”

г) знаках внимания: “Thank you very much. I really appreciate your time”; “It’s great to have your company”.

Стратегия объяснения реализует стремления говорящих сформировать у слушающих представления о сообщаемом. Для актуализации данной стратегии коммуниканты могут использовать:

а) объяснения: “It is “The Telegraph”, which is, you know, is a Tory supporting, brexit supporting newspaper”. ““Invisible women” is about the gender data gap. And the gender data gap is simply the fact that...” “The risks are modest but they are there, which means in the absence of a vaccine you’ve just got to be careful, keep socially isolated, wear a mask, and don’t mix in big gatherings”

б) параллельные конструкции: “The thing that I found really fascinating and what I found really frustrating reading genius book is...”

в) убеждения (с элементами лексического повтора): “Unfortunately, not the life of the desperately poor woman, who can’t afford another pregnancy or a young girl who has been raped by her stepfather’. “That will be for a multitude of very challenging reasons and in women and desperately challenging circumstances”.

Стратегия позиционирования, или самопрезентации представляет собой портрет говорящего. С помощью стратегии позиционирования коммуниканты определяют место, которое они будут занимать в сознании слушающих:

‘She’s been a prominent campaigner for abortion rights... Stella Creasy is also been public about the miscarriages...’

“So I think then, given that Coronacasters are a typical cross-section of the Australian population, I think that idea is probably dead, sadly. I’m overwhelmed by Coronacasters’ almost unanimous view... I think that would kill the idea.”

“I think that a slightly raised temperature is good enough to have a test, and I doubt that any testing station will send you away if you do that”. “I personally think that’s wrong, they should test you, but I think if you’ve got any mild symptom at all...”

“So of course, I started to interview people waiting in their cars in line. I was using this really long pole to hold the microphone so I could stay at least 6 feet away from people and I was talking to people through their rolled down passenger-side window... But one of the first people I talked to was this woman named Brittanie Perea.”

И наконец, стратегия оценивания заключается в отношении коммуникантов друг к другу или к обсуждаемой проблематике. Данная стратегия может содержать как позитивную, так и негативную коннотацию, реализуемую в дискурсе англоязычных радиодискуссий:

“But you are a minority in this country. You really are” “Some people were worried that this kind of a response would maybe put vulnerable people at risk or they were worried about

their kids. Some people agreed with it, thought it was a great idea". " I'm short and I have this voice and I worry that those traits could make me a target. It can feel risky and exhausting to navigate these two bad options". "It's hard to overstate the effect this has had on my ability to exist in the world. I hate to travel because...Every trip out to a restaurant, a theater, or really anywhere is laced with this underlying feeling of anxiety"

Заключение. Таким образом, в результате анализа практического материала установлены основные (ключевые) медиастратегии, функционирующие в современных англоязычных радиодискуссиях: стратегии объяснения, позиционирования (самопрезентации), а также организации диалога и оценивания, что повышает воздействующий потенциал и создает иллюзию диалогического взаимодействия между радиоведущим и массовым адресатом.

1. Прозоров, В.В. Власть современной журналистики, или СМИ наяву / В.В. Прозоров. – Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2004. – 240 с.

2. Шульскис, С.А. Современная радиоречь (языковые средства, жанры, формы и виды речи) / С.А. Шульскис // Язык массовой и межличностной коммуникации. – М., 2007. – С. 375–392.

НЕВЕРБАЛЬНОЕ И ЗНАКОВОЕ ОБЩЕНИЕ В КРИМИНАЛЬНОЙ СРЕДЕ

Яковчик Д.В.,

*курсант 2-го курса Могилевского института МВД, г. Могилев, Республика Беларусь
Научный руководитель – Вендиктов С.В., канд. филол. наук, доцент*

Невербальное и знаковое общение – это коммуникационное взаимодействие между несколькими лицами без использования слов. Оно происходит при помощи жестов, мимики, интонации, особых знаков и визуальных символов. Подобное общение важно во всех сферах социального взаимодействия: оно позволяет установить и поддерживать контакт, создать благоприятное впечатление, передать дополнительную информацию. Также невербальное общение может сказать о человеке больше, чем он скажет о себе сам. В книге «Я знаю, о чем вы молчите» психолог Джеймс Борг отмечает: «Разум рождает мысли. Мысли рождают чувства. Они же “просачиваются” через язык телодвижений (жесты, мимику, интонацию). “Читая” их, Вы узнаете, что чувствует человек, а, следовательно, читаете его мысли» [3].

Если невербальное общение «выдает» некоторые сведения о человеке, то знаковая (визуальная) коммуникация целенаправленно передает такие сведения в скрытом, неявном виде. Благодаря некоторым телодвижениям можно прочесть мысли человека, благодаря определенным знакам – отнести его к определенной социальной среде [7]. Целью нашего исследования является определение значения невербальной и знаковой коммуникации в криминальной среде, что имеет особое значение для правоохранительной деятельности. Грамотная трактовка информации, получаемой по невербальным и визуальным каналам при общении с представителями криминальной среды является ценным источником оперативных данных, способствующих выявлению и раскрытию преступлений.

Материал и методы. В исследовании мы обратились к специальной литературе, в которой содержатся обобщенные данные по использованию тех или иных каналов невербальной и знаковой коммуникации представителями преступного мира. Это работы Ю.М. Антоняна [1], М.И. Еникеева [6], В.Е. Эминова [1], Д. Балдаева [2], В.Л. Васильева [4] и др. Нами использованы методы обобщения и систематизации, а также экстраполяции.

Результаты и их обсуждение. Наиболее самобытным элементом невербального общения в криминальной среде является язык татуировок. Изначально роль татуировок исполняло клеймение (нанесение раскаленным железом на лицо преступника определенных букв). На территории Российской империи оно активно применялось в XVIII-XIX вв. Клеймение было заметно всем и тем самым выдавало в человеке преступника. Например, буква «В» означало, что человек был осужден за воровство, «Б» – за бунт. Буквами «СК» клеймили ссыльных каторжных, «СП» – ссыльных поселенцев [2].