

Важным момантам выкарыстання квесту з'яўляецца выбар навучэнцамі той ці іншай ролі і магчымасць “прымерыць” яе на сябе. Ролі, у адпаведнасці з героямі мастацкага твора, могуць быць як станоўчымі, так і адмоўнымі. Так, напрыклад, пры праходжанні літаратурнага квесту па апавяданні К.Чорнага “Макаркавых Волька” навучэнцам былі прапанаваны наступныя ролі: Волька, Сафрон, незалежны арбітр; пры рабоце з апавесцю У.Караткевіча “Дзікае паляванне караля Стаха” навучэнцы “выконвалі” ролі Беларэцкага, Яноўскай, Дубатоўка, Дзікага палявання, абвінавачвальніка. Трэба адзначыць, што адмоўныя героі карыстаюцца асаблівай папулярнасцю ў навучэнцаў, іх выбіраюць у першую чаргу. Як адзначылі 61,3% апытаных першаккурснікаў, менавіта праз адмоўных герояў больш цікавы пошук вырашэння пастаўленай праблемы, а атрыманая ў ходзе выканання заданняў “урокі” мастацкага твора найбольш яскравыя і запамінальныя, а значыць мастацкі твор даходзіць да сэрца чытачоў, выклікаючы ў іх пэўныя пачуцці.

Значная ўвага пры складанні літаратурнага квесту надаецца выкладчыкам падбору заданняў, якія, з аднаго боку, павінны выклікаць цікавасць у навучэнцаў да праходжання квесту, а значыць і да знаёмства з творам, а з другога боку, павінны дапамагаць арганічна выяўляць асаблівасці твора. Заданні квесту могуць уяўляць сабой пытанні розных тыпаў (“тонкія” і “тлустыя”, тлумачальныя, удакладняльныя, практычныя, творчыя і інш.), разгадваюць крыжаванак і рэбусаў, запаўненне кластараў, стварэнне асобнага тэксту, складанне сінквейнаў, знаходжанне істотных слоў, выяўленне апісання выгляду і гучання з’явы, асобы (прыём “Як выглядае, як гучыць”) і інш.

Зразумела, што пры распрацоўцы літаратурнага квесту выкладчык затрачвае больш часу і намаганняў, чым пры падрыхтоўцы стандартнага тыпу заняткаў: па-першае, заданні не павінны паўтарацца, пераходзіць з квесту ў квест; па-другое, заданні трэба накіроўваць на вырашэнне асноўнай праблемы твора, што складае ядро квесту; па-трэцяе, неабходна вызначыць асноўныя олт, якія прывядуць навучэнцаў да вырашэння супярэчнасцей; па-чацвёртае, падабраны матэрыял неабходна аформіць у квест з дапамогай камп’ютарных сродкаў, каб прыцягнуць увагу падростаючага пакалення, якое не ўяўляе сябе без розных гаджэтаў, да літаратурных твораў.

**Заклучэнне.** Сістэматычнае выкарыстанне квесту на занятках “Беларуская літаратура” станоўча ўплывае на фарміраванне ў навучэнцаў матывацыі да вывучэння мастацкіх твораў. Анкетаваанне навучэнцаў 1 курса, праведзенае ў студзені 2020 года (пасля 4 месяцаў сістэматычнага выкарыстання літаратурнага квесту на вучэбных занятках літаратуры), пацвярджае гэта. 92,6% апытаных аддаюць перавагу вучэбным заняткам, арганізаваным у форме літаратурнага квесту; 42,6% навучэнцаў самастойна прачыталі творы М.Зарэцкага, К.Чорнага, І.Мележа, рэкамендаваныя выкладчыкам для дадатковага чытання; 74% адзначылі, што не ачуваюць негатыўных эмоцый, чытаючы праграмныя творы па беларускай літаратуры; 77,8% падкрэслілі, што, праходжанне літаратурнага квесту дапамагае лягчэй разабрацца ў перыпетых сюжэту і характарах галоўных герояў твораў.

Такім чынам, літаратурны квест спрыяе фарміраванню ўнутранай матывацыі да работы з творами мастацкай літаратуры, што з’яўляецца важным элементам падрыхтоўкі будучых педагогаў да іх далейшай професійнай дзейнасці.

1. Бахчиева, О.А. Проблема формирования духовно-нравственных основ личности будущего учителя / О.А. Бахчиева // Преподаватель XXI век. – 2016. – № 2. – С. 39–43.

## ОСНОВНЫЕ КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ РАДИОДИСКУССИЙ

*Е.А. Ючкович  
Витебск, ВГУ имени П.М. Машерова*

В современном мире средства массовой информации оказывают особое влияние на общественное мнение. Однако механизмы формирования общественного мнения остаются малоизученными и поэтому требуют систематических лингвистических исследований. Радиодискурс, в частности, имеет актуальное значение, поскольку отражает последние тенденции в социальной реальности. В связи с возрастающей потребностью человека получать информацию, обсуждать ее, формировать собственное мнение по тому или иному вопросу, для того чтобы лучше ориен-

тироваться в современном мире, дискуссия занимает видное место и приобретает чрезвычайно важную роль как самостоятельный жанр радиодискурса.

В связи с этим целью нашего исследования является изучение коммуникативных компонентов англоязычной радиопередачи. В нашем исследовании применяется следующая прагматическая схема радио-дискуссии: *коммуникативная стратегия – тактика – языковые приемы*.

**Материал и методы.** Наш исследовательский материал – англоязычные радиодискуссии, взятые из *bbs.com* (октябрь-ноябрь 2019). Методы исследования включают контекстуальный анализ, логико-семантический анализ, метод интерпретации.

**Результаты и их обсуждение.** На основе проведенного исследования нами установлено, что в тематическом содержании программы британского радио Би-би-си направлены на такие острые социальные проблемы, как аборт в Северной Ирландии; шерентинг; влияние феминизма; домашнее насилие; расизм; борьба за равенство; экологические проблемы; выборы в парламент и др.

Основным инструментом радиодискуссий послужила публичная речь, направленная на распространение информации. Нами было отобрано, просмотрено и проанализировано 7 аудиозаписей англоязычной радиоречи. Анализ практического материала позволил выделить следующие основные коммуникативные стратегии и тактики: *стратегия побуждения, стратегия убеждения, стратегия привлечения внимания, стратегия аргументации, тактика апелляции к чувствам, тактика облегчения восприятия, тактика удержания внимания, тактика обобщения*. Обратимся к ним более подробно.

**Стратегия побуждения.** Одним из способов реализации стратегии побуждения в радиодискуссии является употребление параллельной конструкции, содержащей призыв к действию: *'We need legislation. We need fair'*. В свою очередь, одна из гостей побуждает слушателей задуматься о правах нерожденных детей, используя риторические вопросы: *'What about the rights of the unborn child you know?' 'What about the human rights of the unborn child? Don't they deserve the right to life?'*

**Стратегия убеждения.** Следует отметить, что в большинстве случаев стратегия убеждения используется людьми совершенно бессознательно. В английском языке мы можем использовать глагол *do*, чтобы добавить убедительности в нашу речь: *'he does have a women problem'*. *'I do think by the way that behaviour'*. *'So I think he does have that problem'*. *'I apologize we did hope to have a leading conservative politician on the program today'*.

Для достижения стратегии убеждения была реализована тактика обращения к эмоциям: *'She's been a prominent campaigner for abortion rights... Stella Creasy is also been public about the miscarriages...'*. Мы видим, что радиоведущая затронула довольно личную для гостя тему. Используя прилагательные *prominent, public* она показывает радиослушателям, что Стелла Кризи не имеет секретов от своих сторонников и определенно заслуживает их доверия.

**Стратегия привлечения внимания.** Стратегия привлечения внимания в радиодискурсе – это прием, способствующий эффективной организации диалогического взаимодействия. Для реализации основной тактики – удержания внимания – радиоведущий использует прием акцентуации, реализуемый с помощью параллельных конструкций: *'I should say there is some mystery about.... We should say as well as Stella Creasy is eight months pregnant'. 'I have to say that their website is... 'I would say it feels more heavily male...'*

Необходимо подчеркнуть, что для привлечения внимания молодежи к актуальной проблеме, радиоведущий использует сленг, как с положительной (*'the atmosphere in Manchester vis a bit depending on'; 'Oh year Priti Patel is always a big draw'*), так и с негативной коннотацией (*'behaviour seems just has got a bit more of tacky over the years' 'She's a little bit handsy'*).

**Стратегия аргументации.** Данная стратегия была реализована с помощью таких повторов, как *remove, offenses fifty eight, fifty nine of the offenses against person, the twenty eight week*, что подкрепляется следующими высказываниями: *'She is pushing to remove all protections from the unborn child by removing offenses fifty eight, fifty nine of the offenses against the person. If she removes these amendments the unborn child would have no protection up to twenty eight weeks'. '... that's why the offenses fifty eight, fifty nine of the offenses against the person...'. 'So at twenty eight weeks women know what babies look like at twenty eight weeks'*.

**Тактика апелляции к чувствам.** Вышеназванная стратегия характеризуется манипуляцией эмоциями и чувствам реципиента с целью выиграть спор. Нами были выявлены следующие

щие приемы реализации тактики апелляции к чувствам. Характерным приемом, который мы берем за основу данной тактики, является градация с ярко выраженной негативной коннотацией: *'because at the time we just didn't say, we didn't come out, we didn't speak out'*; *'There was no agency. If I spoke up, if I complained to...'*; *'That wouldn't happen. It's not going to happen. It hasn't happened'*; *'Boris Johnson's a certain amount of misbehaviour, misconduct'*.

**Тактика облегчения восприятия.** Не всегда слушатель может верно истолковать о чем ведется беседа или дискуссия в той или иной радиопередаче. С помощью уточнений говорящие помогают слушателям понять о чем идет речь: *'I mean, she's always very very forthright, Priti Patel'*. *'He delivers the thing the British people voted for. And that was brexit'*. *'It is "The Telegraph", which is, you know, is a Tory supporting, brexit supporting newspaper'*.

**Тактика удержания внимания.** Для того чтобы слушатели акцентировали внимание на проблеме дискуссии, одна из гостей, использует прием контраста, а параллельные конструкции служат для вербализации тактики удержания внимания: *'It's interesting why Stella Creacy wants to cry victim when she is victimizing the unborn in the womb'*. *'We're targeting Stella Creasy because she is targeting the unborn child'*.

Акцентирование внимания адресата достигается также посредством применения повторов: *'I've always been a big champion of women at the top of every organization that I run. If you look at the way I run city hall...'*. *'...that however motivated, however angry you may'*. *'...whether we are talking about sex or whether we're talking about gender'*.

**Тактика обобщения.** Установлено, что тактика обобщения применяется для демонстрации информации и формирования общественного мнения по злободневным вопросам. Использование гостевой местоимения *every* воплощает тактику обобщения, чтобы показать, что она беспокоится о каждой женщине в своем избирательном округе: *'My heart went out to every woman in Walthamstow who have ever had miscarriages, that I have'*. Подобная тактика используется радиоведущей Джейн Гарви с целью демонстрации заботы Стелла Криси о всех женщинах: *'Stella Creacy is trying to give women in Northern Ireland the same rights that you, and I, and every other woman in the country'*.

**Заключение.** Таким образом, в рамках каждой стратегии были установлены языковые средства и стилистические приемы, служащие наиболее эффективным средством убеждения: на уровне морфологии – использование неличных форм глагола с суффиксом *-ing*, повелительного наклонения, личных местоимений, глаголов речемыслительной деятельности; на лексическом уровне – использование слов с положительной и отрицательной коннотацией, разговорной лексики; на синтаксическом – употребление параллельных конструкций, вводных конструкций, эллиптических предложений, а также повторов. Подчеркнем тот факт, что список вышеназванных стратегий и тактик, используемых в радиодискуссиях, не является окончательным.