

время как оно уже вполне ассимилировано в языковой системе в кириллическом написании:

Вас ждет дискотека с DJ.

Таким образом, проанализированный материал показывает, что в настоящее время лексикон сферы массовых развлечений и досуга переживает активный приток заимствований из английского языка. Для исследованных англицизмов характерна некоторая вариативность значений в различных региональных вариантах русского языка. Новейшие заимствования требуют поясняющего контекста, что указывает на незавершенность процесса их семантического освоения. Появление заимствований отвечает потребностям языка в разнообразии языковых средств, их полноте и ясности.

В. Д. Борщевская (*г. Минск*)

СПЕЦИФИКА БЕЛОРУССКОГО РАДИОДИСКУРСА С ИГРОВЫМ ЭЛЕМЕНТОМ

Радиодискурс – это вид медиадискурса, характеризующийся динамичностью языковой нормы, дистантностью, интерактивностью, массовостью аудитории слушателей, скоростью передачи информации. Обладает такими временными характеристиками, как одномоментность, необратимость, линейность и непрерывность. Также обусловлен жанровыми и целевыми установками, тематикой программы и форматом радиостанции в целом.

Целью нашего исследования заключается в установлении специфических черт белорусского радиодискурса на материале передач с игровым элементом. Объектом научного исследования выступают игровые радиопередачи. Предметом работы является стратегические инструменты привлечения и удержания внимания слушателя отечественного радио.

Традиционно в структуру радиодискурса входят следующие компоненты: музыкальный, новостной, разговорный и игровой. Направленность радиостанции зависит от интересов целевой аудитории. В основном, радиостанции работают в информационно-развлекательном направлении, и белорусские радиостанции не составляют исключение. Об этом свидетельствуют результаты опроса, проведенного нами в мае 2018 года. Участниками анкетирования выступили белорусы от 10 до 77 лет. Респондентам предлагалось ответить на следующие вопросы: 1) Каковы Ваши имя, возраст и род деятельности? 2) Слушаете ли вы радио? 3) Как часто? 4) Когда? При каких обстоятельствах? 5) Какую радиостанцию? Почему? 6) Какие программы вы предпочитаете? (новостные, музыкальные, разговорные, игровые); 7) Какие игровые радиопрограммы вам нравятся? Почему?

Результаты опроса показали, что радио в том или ином объеме слушают 80 % респондентов. Такой результат свидетельствует о том, что радио не утратило своей актуальности.

Чаще всего, а именно в 61 % случаев, участники сообщали, что они слушают радио в машине или на работе. 36 % респондентов включают радио во время уборки и приготовления пищи. Лишь 3 % белорусов слушают радио не намеренно, например, в маршрутке. В радиодискурсе информация передается только аудиально, поэтому не обязательно отрываться от своих дел во время прослушивания радио, которое, в результате, выступает в качестве «фона», сопровождающего деятельность человека.

Белорусских радиослушателей, в основном, привлекают музыкальные и новостные передачи (64 % случаев), а вот игровые программы мотивируют их к переключению на другую радиостанцию. Происходит это по разным причинам, например: передача «раздражает», «не интересна», «не является развлекательной». В тоже время 36 % респондентов констатировали факт позитивного отношения к игровым программам. Большинство слушателей предпочитают викторину, т.к. им интересно проверить свою эрудицию. К тому же белорусов привлекают розыгрыши различных призов и веселый характер передач. Ни один из опрошенных не смог указать на название конкретной игровой программы, из чего можно сделать вывод о том, что белорусы не сильно вовлечены в такой вид радиопередач. Тем не менее, наличие сегмента радиослушателей, проявляющего интерес к передачам с игровым элементом, свидетельствует о востребованности такого рода программ и подтверждает необходимость исследования специфики их реализации в белорусском радиоэфире.

Игровые программы или игровой элемент в радиодискурсе полностью строится на интерактивности, то есть, успешность игровой передачи зависит от взаимодействия ведущего и слушателя. В наше время такой контакт устанавливается достаточно легко благодаря звонкам, сообщениям через сотовую связь и социальные сети. Главной вопросом становится побуждение к общению и удержание интереса. Коммуникативная цель игровой передачи – получение обратной связи. В случае отсутствия обратной связи, речевой акт считается неуспешным, как и сама игровая передача.

В рамках нашего исследования был проанализирован контент двух радиостанций: наиболее популярной станции «Unistar» (20,21 %) и наименее популярной станции «Би-Эй» (1,06 %). Рейтинг радиостанций был определен по результатам опроса, проведенного нами в мае 2018 года.

На радио «Unistar» представлено 7 игровых программ: «Маленькие радости», «Звук вокруг», «Офис дня», «Есть вопрос», «Продам гараж», «Монета для ответа», «Обгон разрешён». Эфирное время каждой игры составляет в среднем 3 минуты. Передачи включены в общий пласт утреннего, дневного или вечернего эфира так, что аудитория не успевает уставать. Слушатель либо подает заранее заявку на участие на официальном сайте, либо отправляет сообщение, либо связывается с ведущими в прямом

эфире по телефону. Игры на данной радиостанции являются нестандартными и авторскими, в связи с чем общего сценария радиопередач выявить не представляется возможным. Ведущие в свою очередь создают дружескую и доброжелательную атмосферу, наполненную позитивом и юмором. Если слушатель правильно выполняет задание или дает верный ответ, он получает спонсорский подарок, который объявляется в конце игры. Как правило аудитория радиостанции предоставляет активную обратную связь.

В качестве примера мы взяли сценарий одной из наиболее популярных игровых программ радио «Unistar» «Звук вокруг»: Каждое буднее утро ведущие предлагают слушателям угадать, кому или чему принадлежит появляющийся в эфире звук. Участникам предлагается несколько вариантов ответов, что усложняет задание. Если позвонивший в эфир человек угадал звук, то его ожидает подарок.

Спецификой игровых программ на «Unistar» выступает, во-первых, временной интервал: передача длится максимум три минуты; во-вторых, программы носят авторский характер на постоянной основе; в-третьих, слушателей побуждают к участию интересной, нестандартной игрой (в большей степени) и призами (в меньшей степени).

На радио «Би-Эй» нет постоянных игровых программ: игра придумывается в зависимости от задач рекламодателя. В течении программы, ведущие неоднократно возвращаются к красочному описанию приза, тем самым, указывая на преимущество выигрыша, они привлекают аудиторию. Сама игровая программа может длиться до 40 минут, прерываясь на музыкальную паузу. Задание нередко объявляется за несколько дней до проведения самой игры. Связь между радиоведущим и слушателем, также, как и на радио «Unistar», осуществляется посредством звонков, телефонных и интернет-сообщений. Самый распространенный сценарий игры на этой радиостанции имеет следующий вид: большое количество участников выполняют задания и отправляют ответы на электронный адрес либо на мобильный номер телефона радиостанции; полученная информация зачитывается в эфире; с победителем связываются по телефону и сообщают о выигрыше.

Нижеприведенный текст является примером приглашения в игру на радио «Би-Эй»: «День рождения "Пряного Дома" на Радио Би-Эй будет праздноваться 30, 31 мая и 1 июня. Отметим игрой "Ода специям". Придумайте стихотворение с загаданными ведущей словами – выиграйте большой набор специй и пряностей от компании "Пряный Дом". Сочиняем с 12:05 до 12:50».

Специфика игровых программ на «Би Эй» заключается, во-первых, в продолжительности передач (до 40 минут); во-вторых, все программы имеют стандартный сценарий и напрямую зависят от рекламы; в-третьих, слушателей мотивируют к участию привлекательными подарками.

Полученный в ходе исследования результаты позволяют сделать ряд выводов в отношении белорусского радиодискурса с игровым элементом.

Передачи, занимающие меньшее количество времени в эфире, пользуются большей популярностью т.к. являются динамичными и наиболее комфортными по продолжительности для восприятия. Наличие авторских программ на радио («Unistar») влияет на запоминаемость, в то время как стандартизированность программ («Би-Эй») провоцирует безликость в общей массе радиопередач. Немаловажную роль играет привлекательность приза, который выступает в качестве побудительного инструмента принять участие в игре. Одновременно, следует отметить тот факт, что слишком навязчивый акцент на подарке, в частности его спонсоре, становится раздражителем и провоцирует слушателя переключить радио на другую волну.

На сегодняшний день белорусам представлен широкий выбор радиостанций и, как результат, разнообразные игровые передачи. Удовлетворение потребностей целевой аудитории обуславливает наличие постоянного и стабильного сегмента радиослушателей, а также его активное участие в игровых передачах. Программа с игровым элементом, как компонент внутренней системы радиодискурса, является эффективным средством привлечения потребителя. Следовательно, результативный набор стратегических инструментов игры в радиоэфире способствует росту положительной обратной связи, усилению интереса со стороны потребителя, формированию взаимного доверия между ведущим и аудиторией.

Т. И. Гаранович, Д. М. Дмитриева (*г. Минск*)

ОСОБЕННОСТИ НАИМЕНОВАНИЯ САНАТОРНО-КУРОРТНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Туристический сектор играет все большую роль в экономике Республики Беларусь, поскольку экспорт туристических услуг с каждым годом увеличивается. По данным информационного агентства БЕЛТА, в 2017 году показатели экспорта туристических услуг выросли на 25,7% до 200 млн. долларов. При этом потенциал нашей страны в этом отношении оценивается специалистами значительно выше.

Традиционной популярностью среди иностранных туристов пользуются белорусские санаторно-курортные и оздоровительные учреждения. Так, по данным агентства «Минск-Новости», в белорусских санаториях в январе-сентябре 2018 года отдохнули 175 тысяч иностранцев.

С целью анализа особенностей наименования белорусских санаторно-курортных учреждений нами рассмотрено 107 названий объектов этой категории. Мы попытались определить, какие закономерности лежат в основе наименования белорусских санаториев и отвечают ли они основным принципам эффективного наименования бренда. Суть этих принципов сводится к тому, что название должно быть простым и коротким, благозвучным, отличным от других и запоминающимся, отражать суть