

References

1. Issers, O. S. Communicative strategies and tactics in the Russian speech / O. S. Issers // 5th ed., – M. : Publishing house LKI, 2008. – P. 104–114.
2. Shelyakin, M.A. Language and a human. On the issue of language system motivation : textbook / M. A. Shelyakin // 2nd ed., – M. : FLINTA, 2012. – P. 264–274.

М. А. Гладко

Минский государственный лингвистический университет, Минск

ПОЗНАНИЕ КАК СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ВЕКТОР РАДИОВЕЩАНИЯ В БЕЛАРУСИ

Резюме. Современное общество существует в период необходимости и интереса к познанию, которое занимает важнейшее место в системе потребностей человека. Вследствие этой тенденции в последнее десятилетие происходят существенные перемены в радиоконтенте. Для установления специфики познавательного потенциала радиопространства при помощи статистического, контекстологического анализа предпринято исследование контента 20 радиоканалов. Статья показывает, что на современном этапе в белорусском радиопространстве все большей силой реализуется новый вектор вещания – познавательный, актуализирующий ценности, конституирующие сегменты модели ценностных познавательных приоритетов белорусских радиослушателей: «Личная жизнь (личное пространство)», «Жизнь в обществе», «Вопросы выживания», «Общественный капитал».

Ключевые слова: радиовещание Беларуси, познавательная функция, ценности, радиоконтент, знание.

M. A. Hladko

Minsk State Linguistic University, Minsk

EDUCATION AS A STRATEGIC VECTOR OF RADIO CONTENT IN BELARUS

Abstract. The modern society functions in a period of high demand and interest in knowledge, which is crucial in the system of human needs. As a result, significant changes in the belarusian radio content have occurred in the last decade. Using statistical and contextual

analysis a study of 20 radio channels was undertaken to establish the peculiarities of the cognitive potential of radio space in Belarus. The article shows that at the present stage the Belarusian radio is taking a new vector of broadcasting – cognitive one, that actualizes values, constituting the model of value cognitive priorities of Belarusian radio listeners: “Personal Life (personal space)”, “Life in Society”, “Survival Issues”, “Social Capital”.

Key words: *radio broadcasting of Belarus, cognition, values, radio content, knowledge.*

В последние два десятилетия в жизни общества наблюдаются колоссальные изменения. В наше время информация является одной из ключевых ценностей. Один из основоположников и наиболее известных теоретиков информационного общества Олвин Тоффлер подчеркивает, что «мы становимся свидетелями рождения совершенно новой цивилизации < ... >, в которой изменяются параметры существующей власти. Из трех ее источников – принуждения, богатства, знания, – на первый план выходит знание, которое становится определяющим фактором ее осуществления. Знание в современном обществе превращается в настоящее богатство и в ту взрывную силу, которая произведет сдвиг власти» (Акинфиев, 2008).

Особенностью знания в 21 веке является его аккумуляционная природа. Благодаря стремительным технологическим усовершенствованиям происходит процесс увеличения неравенства информационной дистрибуции и распространении знаний как по всему миру, так и в национальном масштабе. Современному человеку жизненно необходимо расширять знания в различных сферах – повседневной, профессиональной, социально-культурной и т.д. для того, чтобы быть и оставаться интересным для общества, конкурентноспособным, продвигаться по служебной лестнице.

Таким образом, современное общество существует в период все возрастающих необходимости и интереса к познанию, которое занимает важнейшее место в системе потребностей человека. Познание – творческая деятельность человека, направленная на получение достоверных знаний о мире (Ермоленко, 2015).

Вследствие данной тенденции в последнее десятилетие происходят новые существенные перемены в радиоконтенте. Его структура вынуждена подстраиваться под потребителя, который заинтересован в получении информации и зрелища, с одной стороны, с другой, – в обретении знания, которое поможет ему быть успешным в повседневной, профессиональной и социальной жизни. До недавнего времени просветительская функция была свойственна преимущественно телевизионному сегменту информационного пространства Беларуси. Тем не менее на современном этапе в белорусском обществе, как показывает проведенное нами исследование, с новой и все большей силой востребованы познавательные возможности радио, его познавательно-просветительский потенциал. В последние пару лет информация просветительского характера, наряду с развлекательной и новостной, активно завоевывает место в эфире не только государственных, но и коммерческих, пользующихся большей популярностью, рейтинговых радиоканалов.

Для установления специфики познавательного потенциала радиопространства нами было предпринято исследование контента 20 радиоканалов, осуществляющих трансляцию в Беларуси, в г. Минске, в частности, на период 2019 г. Указанный корпус подвергнут статистическому, контекстологическому анализу, целью которого являлось определение общего круга просветительских радиопрограмм, их тематической наполненности, а также составление иерархии познавательных тем, востребованных радиоканалами, функционирующими на территории Беларуси.

Образовательная роль СМИ тесно связана с их функцией социализации. Социализация означает усвоение человеком норм, ценностей и образцов поведения. Познавательное радио представляет собой ценностно-смысловую матрицу, в которую вписывается информация, заполняющая картину мира применительно к целям и задачам радиослушателя.

По результатам исследования представляется целесообразным выделить структурную модель ценностных познавательных приоритетов белорусских

радиослушателей, которую можно представить следующими сегментами: «Личная жизнь (личное пространство)», «Жизнь в обществе», «Вопросы выживания», «Общественный капитал». Данные сегменты аккумулируют актуальные для слушателей ценностные ориентиры, определяющие правила личной, а также социальной жизни, отвечают за содержание поступков и решений человека.

Как показывает проведенный анализ, познавательное радиовещание в наибольшей степени ориентировано на повседневное (житейское) знание. Данная форма знания значима и реальна для каждого человека, который одновременно живёт в нескольких мирах знания: научно-техническом, мире искусства, мире повседневной жизни, церковном мире, виртуальном и т.д. Именно эта форма знания помогает определиться человеку в социальном бытии, задает единую логику поведения, общения, деятельности (Федоров, 2002). Как оказалось, наиболее востребованными у белорусских слушателей являются познавательные передачи, актуализирующие ценностные ориентиры сегмента «Личная жизнь».

Доминантными ценностями, моделирующими личностное пространство белорусских радиослушателей, являются *здоровье* (доля каналов, транслирующих передачи, конструируемые данной ценностью, – 40 %), *красота, мода и стиль* (20 % белорусских радиоканалов). Так, адресат заинтересован в полезной информации о профилактике и лечении заболеваний, инновациях в отечественной медицине, полезных и вредных для здоровья продуктах; новинках в бьюти-индустрии, моде. Отметим, что интерес к знаниям о здоровье, красоте и моде не зависит от возраста, так как транслируются радиоканалами, ориентированными на целевую аудиторию 25 и старше (Русское радио, радио Unistar), а также 35 и старше («Альфа радио», радио «Столица», 1 Национальный канал Белорусское радио, Народное радио).

Третьей по значимости ценностью данной группы является *питание/еда* (15 %). Жителей Беларуси 25 лет и старше (Радио Рокс, Русское радио) активно пытаются заинтересовать просвещением в области кулинарии,

получении новых кулинарных впечатлений. Посредством увлекательных рассказов о кулинарных обычаях, блюдах разных стран, рецептах формируется гастрономическая культура белорусов.

Обращает на себя внимание факт появления в информационном просветительском радиопространстве тем, посвященных психологическому здоровью, благополучию граждан (15 %) (Формула счастья (радио Unistar), Послушайте, что! (Альфа радио). В доступной, понятной форме целевой аудитории (а это мужчины и женщины 25–45 лет, преимущественно имеющие семью) предлагаются способы решения житейских проблем, связанных с семейными, межличностными отношениями.

Одним из наиболее востребованных познавательных сегментов модели ценностных приоритетов белорусов является «Жизнь в обществе». К группе приоритетных просветительских ценностно значимых тем данного сегмента принадлежит *право* (20 %), *бизнес* (15 %). Белорусских слушателей интересуют сложные правовые ситуации и способы их разрешения, обзоры рынка. Правовые и деловые радиопередачи позволяют гражданам почерпнуть для себя необходимую информацию, незаменимую в повседневной жизни.

Проведенное исследование свидетельствует о том, что большой познавательной значимостью для белорусских радиослушателей обладает *досуг* (20 %) (репрезентирует ценностные приоритеты сегмента «Жизнь в обществе»). Радиоканалы поддерживают модные тенденции, предлагая просвещение в рамках тематики путешествий и туризма, которые относятся к досуговой деятельности.

Познавательные радиопередачи, посвященные путешествию, объединяют несколько форматов: образовательный, документальный, развлекательный. Преобладание того или иного формата зависит от концепции и цели вещателей. Государственные радиоканалы радио «Столица», «Первый национальный канал Белорусского радио» предлагают тематику «внутреннего туризма», которая направлена на популяризацию культурного наследия, традиций, достопримечательностей Беларуси. Данные передачи по содержанию являются информационно-просветительскими.

Непосредственно прикладной характер носят программы на Радио ВА, предлагая в формате лайхаков большой массив информации для путешественников, предпочитающих самостоятельный отдых. Эта передача о путешествиях и туризме в большей степени реализует просветительские и развлекательные функции, одновременно развлекая слушателя и снабжая его «инструкцией по применению».

Относительно высокой популярностью у радиослушателей пользуются познавательные программы, ориентированные на получение практического знания. Их можно отнести к сегменту «Вопросы выживания». К этой группе относятся передачи, конструирующие информационно-познавательное радиопространство посредством так называемых лайфхаков (10 %) («хитрости жизни», «народную мудрость» или полезный совет, помогающий решать бытовые проблемы, экономя тем самым время). Такое знание находится в рейтинге предпочтений молодого поколения белорусов-слушателей, а также среднего возраста Хит радио, радио ВА (мужчины и женщины в возрасте от 20 до 45 лет).

Интересен факт востребованности у белорусских радиослушателей познавательных программ, актуализирующих ценности сегмента «Общественный капитал». Наиболее востребованными (25 % радиоканалов) из них являются программы, посвященные истории (событиям разных лет и эпох, военной истории, истории Беларуси и других стран). Данные передачи ориентированы на зрелую в возрастном плане (мужчины и женщины 35 лет и старше), преимущественно с высшим образованием, а также с уровнем дохода выше среднего (целевая аудитория Альфа радио) аудиторию. Каналы радио «Столица», «Белорусское радио» являются лидерами в трансляции социально значимых радиопродуктов, чем объясняется их интерес к программам исторического характера. Тем не менее историческое знание также востребовано на более популярных у белорусов радиостанциях, например, «Душевное радио» (заметим, что в 2018–2019 гг. доля аудитории «Белорусское радио» составляет 1,5–1,7 %, радио «Столица» – 1,2–1,4 %, «Душевное радио» – 2,5–2,9 %).

К сегменту ценностных приоритетов «Общественный капитал» относятся культурно познавательные программы сферы искусства, актуализирующие интеллектуально-творческие и эстетические ценности. Передачи посвящены истории и новинкам музыки, кино, театра, транслируют театральные, литературные постановки, радиосериалы, радиоспектакли, лирические зарисовки и радиокомпозиции. Доля данных познавательных передач в информационном радиопространстве Беларуси – 5–10 %.

Относительно высокой (транслируют 15 % радиоканалов) значимостью для белорусского общества обладают программы, ориентированные на актуализацию весьма востребованной и значимой на сегодняшний день в обществе ценности *знание языка*. Данная ценность является составляющей формирования индивидуально-, социально-психологической и профессиональной компетенций, что обуславливает ее востребованность среди радиослушателей 25–40 лет. Такие программы обучают белорусскую аудиторию правильному произношению, английскому языку.

Таким образом, современный радиоконтент Беларуси, помимо информационного и развлекательного, стратегически нацелен на познавательное вещание, которое преимущественно культивирует повседневное (житейское) знание. Это позволяет увлечь и удержать слушателей, снять излишнее напряжение, связанное с «абсолютными ценностями» (добро, свобода, истина и т.д.), и направляет деятельность радиоаудитории в русло реально-практических целей.

Список литературы

1. Акинфиев, С. Н. Жанровая структура российского развлекательного телевидения : автореф. дис. ... канд. истор. наук : 10.01.10 / С. Н. Акинфиев ; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. – М., 2008. – 40 с.

2. Ермоленко, Е. В. Значение познания в жизни человека / Е. В. Ермоленко, Г. А. Хабибуллина // Международный журнал экспериментального образования. – 2015. – № 8. Часть 3. – С. 414-414.

3. Федоров, В. Е. Знание в современном обществе : Социально-философский аспект : автореф. дис. ... канд. философ. наук : 09.00.11 / В. Е. Федоров. – Мурманск, 2002. – 40 с.

References

1. Akinfiev, S.N. Genre structure of Russian entertainment television: autoref. dis. ... cand. istor. nauk : 10.01.10 / S. N. Akinfiev; Mosk. state un-t im. Mv Lomonosov. – Moscow, 2008. – 40 p.
2. Yermolenko, E. V. The value of knowledge in a person's life / E. V. Yermolenko, G. A. Khabibullina // International Journal of Experimental Education. – 2015. – № 8 (part 3). – P. 414 – 414.
3. Fedorov, V.Ye. Knowledge in Modern Society: Socio-Philosophical Aspect: autoref. dis. ... cand. philosoph. nauk: 09.00.11 / V. E. Fedorov. – Murmansk, 2002. – 40 p.

А. О. Давид

Минский государственный лингвистический университет, Минск

СЕМАНТИКО-ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ КОМИКСА В ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСЕ

***Резюме.** Устанавливаются особенности существования комикса как феномена современной культуры, его прагматические цели, типы и сферы распространения. Изучаемая тема актуальна по причине того, что комикс, как лингвокультурный феномен, ярко отражает черты и интересы современного общества. Целью исследования является выявление особенностей современного комикса в Интернет-дискурсе. Для достижения поставленной цели использовался комплекс исследовательских методов: описательный, сравнительно-сопоставительный, лингвокультурный анализ, художественный анализ. Фактическим материалом являются комиксы (25 публикаций), отобранные методом сплошной выборки с популярных Интернет-ресурсов (ВКонтакте, Инстаграм, Телеграмм, Фейсбук и Пикабу). Результаты исследования показали, что комикс можно считать одним из важнейших типов отражения культуры, так как у него существует множество частных прагматических целей, хорошо отражающих интересы современного общества.*

***Ключевые слова:** комикс, мем, Интернет-дискурс, Интернет-ресурс, персональный дискурс, коммуникация, лингвокультурный феномен.*