Алёна Мирошниченко
Гродненский государственный университет им. Янки Купалы
(г. Гродно, Беларусь)

СОЦИАЛЬНЫЙ СТАТУС УЧИТЕЛЯ В ЯЗЫКЕ БЕЛОРУССКИХ СМИ: ОСОБЕННОСТИ НОМИНАЦИИ

Рассматриваются особенности номинации учителя в языке белорусских СМИ, включающей в себя понятийный, образный и ценностный компоненты.

Ключевые слова: номинация; учитель; статус; медиатекст; компоненты номинации.

Образование и профессия являются основными социальными характеристиками современного человека. При этом образование играет роль важнейшего социокультурного процесса, в центре которого находится учитель.

В данной работе предпринята попытка анализа компонента «социальный статус», включенного в состав значения номинации учителя. Медиатексты, в частности материалы ведущей республиканской газеты «СБ. Беларусь сегодня», выбраны в качестве основного материала исследования, поскольку они транслируют актуальное содержание рассматриваемого концепта. Задачи средств массовой информации сегодня не ограничиваются интерпретацией действительности, но включают в себя формирование особого когнитивного пространства – информационной картины мира. Актуальность исследования продиктована также большой общественной значимостью профессии учителя и связана с динамичными изменениями, происходящими в сфере образовательных услуг.

Анализ медиатекстов показал: номинации учителя представляют собой сложные образования. Они включают в себя несколько компонентов, актуализирующихся с разной интенсивностью, – понятийный, образный, ценностный. Заметим, что в группе информационных жанров наибольшей частотностью и вариативностью обладают нейтральные номинации, в группе публицистических жанров – субъективно-оценочные.

С точки зрения структуры среди рассматриваемых номинаций можно выделить однословные и составные наименования, включающие две и более лексические единицы.

Исследуя особенности использования номинаций учителя в языке белорусских СМИ, мы пришли к выводу, что они связаны не только с лексемами «учить», «преподавать», но и с лексемой «воспитывать».

Воспитательную функцию учителя подчеркивает использование метафорических моделей «учитель – подвижник», «учитель – садовник», «учитель – архитектор» и др.

Эмоционально-оценочный компонент концепта учителя представлен как положительными, так и отрицательными характеристиками. Выбор конкретных лексем зачастую обусловливается отношением журналиста к предмету речи. Широкий репертуар наименований позволяет авторам нейтрализовать либо, напротив, актуализировать оценочный компонент, исходя из целей и жанра публикации.

Анна Науменко
Белорусский государственный университет
(г. Минск, Беларусь)

ЖАНРОВЫЕ И СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ КОНТЕНТА СОВРЕМЕННЫХ КОРПОРАТИВНЫХ МЕДИА БЕЛАРУСИ

Исследуются жанровые и стилистические особенности контента современных корпоративных медиа Беларуси, отмечается их сходство и различие с общественно-политическими и иными изданиями.

Ключевые слова: корпоративные медиа; PR-текст; жанр; стиль; рубрикация; контент.

В новейшей истории белорусского общества корпоративные медиа играют не самую яркую, но тем не менее важную роль – реализуют медийный потенциал коммерческих и некоммерческих организаций, а также обеспечивают их эффективную коммуникацию с целевыми аудиториями. Необходимо отметить, что эта важная роль была отведена корпоративным медиа не сразу, а постепенно проявлялась параллельно с развитием информационного общества, дигитализацией медиасферы и появлением новых форматов и технологий взаимодействия. И если с технологической точки зрения корпоративные медиа сегодня являются достаточно изученным феноменом, то с точки зрения контента, стилистики и жанровых особенностей текстов в научном знании есть пробелы. С 2015 по 2018 г. нами проводилось исследование корпоративного медийного контента, включающее 8 экспертных интервью, контент-анализ более 150 выпусков корпоративных медиа, вышедших в течение 2016–2018 г.