

РЕКРЕАТИВНЫЕ ЛЕКСИЧЕСКИЕ ДОМИНАНТЫ В ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

Аннотация. Рассматривается вопрос репертуара и особенностей функционирования доминантных лексических инструментов рекреативности как способа репрезентации основополагающих идей концепции общества спектакля в информационно-аналитическом теледискурсе. Установлено, что инструментом формирования рекреативности является имитация дискурса изобразительного искусства, музыки, кино, а также волшебного/мистического дискурса. Показано, что этому способствует проникновение в информационный дискурс концептосфер волшебства/мистики, художественно-образных форм освоения мира: театр, кино, музыка. Доминантные концепты рекреативности, в силу яркости и эмоционального потенциала создаваемых ими образов, конструируют знаковые для определенного момента событие, объект или явление.

Ключевые слова: телевизионный дискурс; информационно-аналитический теледискурс; рекреативная функция; лексические доминанты; спектакль.

М. А. Gladko
Minsk

RECREATIVE LEXICAL DOMINANTS IN INFORMATIVE-LEXICAL MEDIADISCOURSE

Abstract. The article deals with the repertoire and features of the dominant lexical means of recreation as a way of representing fundamental ideas in the information and analytical television discourse. It reveals that the tool for recreativity formation is imitation of discourse of fine arts, music, cinema, as well as magical / mystical discourse. It shows that this is facilitated by penetration of concept spheres related to magic/mysticism, artistic and theater, cinema, music into the discourse. The dominant concepts of creativity, due to brightness and emotional potential of the images they create, construct an event, object or phenomenon that is significant for a certain moment.

Key words: television discourse; information and analytical television discourse; recreational function; lexical dominants; performance.

Телевидение обеспечивает безальтернативный способ легкого доступа к рекреации в различных ее формах. Речь идет не столько о различных жанрах

развлечений (игры, состязания и различные шоу), сколько о доставке информации о фактах и событиях действительности в привлекательной и развлекательной форме, способствующей не столько развлечению, сколько релаксации, создающей условия для отдыха и удовольствия. Как отмечает Л. Стойков, естественным для человека стало «включить телевизор ... просто так, без конкретной задачи и причины, чтобы отдохнуть, расслабиться, освежиться. Чтобы развлечься» [3]. Усиление рекреативного начала в информационно-аналитическом теледискурсе возникло как следствие изменения основ социально-экономической жизни общества.

Рекреативные компоненты, наполняющие современный теледискурс, реализуют различные функции. Среди них выделяют: *информационную*, позволяющую донести самую сложную информацию; *идеологическую*, которая выступает как институционализированное средство социального контроля и управления, как средство формирования национального самосознания; *организаторскую*, в основе которой – влияние на формирование зрительских установок и ценностных ориентиров (или псевдоценностных); *рекламно-справочную*: телевизионный текст в данном случае выполняет роль инструмента для продвижения товаров и услуг [2, с. 12]. Н. А. Федотова сводит рекреативную функцию к комплексу функций: гедонистической, развлекательной, создания определенного эмоционально-психологического тона, релаксационной, снятия напряжения, психического регулирования, психологической разрядки [4, с. 48].

Медиатексты – репрезентанты информационно-аналитического теледискурса – предназначены не только и столько для информирования и аналитического рассмотрения происшествий, событий, но также для развлечения, отдыха, способствуют эмоциональной разрядке, успокоению, поддерживают душевное равновесие, позитивный настрой и нормальный психический тонус. При этом рекреативные функции способствуют активной реализации других функций информационно-аналитического дискурса (информирующей, воздействующей, идеологической).

Цель данного исследования – выявление тематических групп, реализующих рекреативный потенциал и их лексико-стилистического репертуара; установление специфики функционирования тематической лексики из разных дискурсов для реализации рекреативных функций в информационно-аналитическом дискурсе.

Анализ материала показал, что информационно-аналитический медиатекст реализует рекреативную функцию за счет проникновения, распространения и функционирования лексико-стилистических единиц других типов институционального дискурса (музыкального, театрального, кино). Выделены значимые (частотно вербализованные) рекреативные лексико-тематические доминанты (ЛТД): *праздник, эмоциональный настрой, волшебство, пространство/дизайн, художественно-образные формы освоения мира (театр, кино, музыка), чувственное восприятие* (таблица).

Рекреативные лексические доминанты
в информационно-аналитическом теледискурсе

Лексико-тематические группы	Лексические единицы/сочетания
праздник	<i>украшения, украшать, праздничная афиша, салютовать, мировые звезды, праздник, гости, подарки, праздничная атмосфера, зрелищность</i>
эмоциональный настрой	<i>особое настроение, вдохновляет, самые любимые места (отдыха), люблю, радоваться, восторг, делиться впечатлениями, заряд эмоций, яркий, интересный, скучать, захватывающий, весело, смеяться</i>
тайна, волшебство	<i>приоткрыть завесу тайны, раскрыть секреты, совершить путешествие в прошлое, осуществить волшебную сказку, окунуться в атмосферу волшебства, шабаш</i>
дизайн	<i>городские украшения, красивейшие места, благоустройство (аллей, города)</i>
художественно-образные формы освоения мира (театр, кино, музыка, изобразительное искусство)	<i>декорации, генеральный прогон, премьеры, предпраздничное закулисье, кино, сюжет из киноленты, гамма (музыкальных атрибутов), картина, холст.</i>
чувственное восприятие	<i>красочный, яркие краски, яркий, горячая палитра, ярко солнечный стиль, яблоневый цвет, (город) расцветает, цветущий символ.</i>

Рекреативные лексико-тематические доминанты подчеркивают многообразие жизни, конструируя позитивный, красочный и эмоциональный дизайн события или объекта действительности. Так, репортаж о новой больнице, ее специалистах насыщен описанием дизайна: **Яркий интерьер, умелые руки врачей и современное оборудование. Вы видите, что родильный дом сделан в цветах, в красоте. Мы отошли от безликих больниц. ... Радужный дизайн палат и новая медтехника – бренд, который развивает и новая инфекционная больница** («Твой город», 25.09.16). Сочетание с визуальным рядом (кадры интерьера больницы (яркие стены с красочными изображениями, сочные цвета), улыбающихся врачей) конструирует особую изобразительность рационального компонента текста, формирует эмоциональный фон и/либо настрой аудитории. Рекреативный компонент создает иллюзию легкости, является элементом расслабления и привлечения внимания к информации, возможно, интересной не каждому зрителю.

Лексика музыкального и изобразительного дискурса в основном используется для создания ярких образов и выражения эстетической оценки. Описываемые объекты, созданные человеком (город, клумбы, парки); события действительности отождествляются с увлекательным зрелищем, праздником, позитивностью. При этом акцентируется идея зрелищности, мастерства, когда рукотворные объекты становятся искусством.

Широкой представленностью и востребованностью в информационно-аналитическом дискурсе характеризуется лексика *волшебства*. В этом случае делается ставка на детское восприятие посредством необычности формы, волшебных действий, ярких фантастичных образов.

Активно мультиплицируемая в коммуникативном пространстве телевидения черта города как особого типа пространства, формирующего специфичный образ жизни и восприятия действительности – яркость и насыщенность красок. К сенсорным маркерам данной характеристики можно отнести существительные *картины, краски*, прилагательные цветообозначения, глаголы светообозначений *золотиться, светиться, переливаться*. Доминирующую позицию в лексико-семантической группе «Цвет» занимают единицы, подчеркивающие степень интенсивности излучения, разнообразия цвета.

Значительное место в описании действительности в информационно-аналитическом теледискурсе занимает номинация золотых и зеленых красок. Золотистый цвет в интерпретации действительности в медиапространстве наиболее типичен для описания урожайных полей. Однако золотой цвет из обычной дескрипции превращается в яркий символ – знак чувственного восприятия (приятное, яркое, соответственно, запоминающееся впечатление) и социального отношения: золотой – цвет золота, символ богатства, успеха; знаменующий завершение трудной работы. Вкрапление золотого цветообозначения неизменно осуществляется в окружение широкой палитры ценностно значимых лексем.

Информационно-аналитический дискурс реализует рекреативные (развлекательные) возможности за счет введения зрелищных фрагментов, представляющих повествование о личном, передающих эмоциональные переживания, состояния героев. Как заметил Г. Дебор, наблюдателя общества спектакля терзает мания подглядывания [1]. Медiateкст дает возможность зрителю подсмотреть за жизнью других, соединяя мир реальный, с возможной неудовлетворенностью им, с миром идеальным.

Таким образом, мировоззренческий характер современного информационно-аналитического теледискурса активно реализуется через рекреативности. Тематические лексико-стилистические единицы сфер волшебства, цветообозначения, эмоционально-чувственного восприятия тяготеют к контекстуальным идеологемам, в которые вкладываются определенные мировоззренческие смыслы – радость жизни, красочная и яркая многообразная жизнь, стремление развиваться и достигать побед.

ЛИТЕРАТУРА

1. Дебор Г. Общество спектакля / Г. Дебор. – М.: Логос, 1999. – 224 с.
2. Захарченко, Н. А. Инфотейнмент в современных массмедиа: учебное пособие / Н. А. Захарченко, Т.В. Карелова. – Самара: Издательство Самарского университета, 2020. – 88 с.

3. Стойков Л. Гедонистическая функция медиа: инфотейнмент и реалити-шоу // Relga. Научно-культурологический журнал. Коммуникация [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=1729>. – Дата доступа : 21.09.2021.
4. Федотова Н.А. Рекреативные функции СМИ: учеб.-метод. комплекс. Минск: БГУ, 2014.

REFERENCES

1. Debor G. Obshhestvo spektaklja / G. Debor. – М.: Logos, 1999. – 224 s.
2. Zaharchenko, N. A. Infotejnment v sovremennyh massmedia: uchebnoe posobie / N. A. Zaharchenko, T. V. Karelova. – Samara: Izdatel'stvo Samarskogo universiteta, 2020. – 88 s.
3. Stojkov L. Gedonisticheskaja funkcija media: infotejnment i realiti-shou // Relga. Nauchno-kul'turologicheskij zhurnal. Kommunikacija [Jelektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=1729>. – Data dostupa : 21.09.2021.
4. Fedotova N.A. Rekreativnye funkcii SMI: ucheb.-metod. kompleks. Minsk: BГУ, 2014.