

Самусевич Дарья Евгеньевна
аспирант кафедры речеведения
и теории коммуникации
Минский государственный
лингвистический университет
г. Минск, Беларусь

Darya Samusevich
PhD Student of the Department
of Speech Science and Communication Theory
Minsk State Linguistic University
Minsk, Belarus
daria.samusevich@gmail.com

ДИСКУРС РАЗВЛЕЧЕНИЙ: ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКАЯ ВАРИАТИВНОСТЬ И НЕОДНОЗНАЧНОСТЬ ТОЛКОВАНИЯ

ENTERTAINMENT DISCOURSE: THE TERMINOLOGICAL VARIABILITY AND THE AMBIGUITY OF THE INTERPRETATION

В статье рассматривается терминологическая вариативность понятия «дискурс развлечений». Автор анализирует такие термины, как *дискурс развлечений*, *развлекательный дискурс*, *досуговый дискурс*, *юмористический дискурс*, *арт-дискурс* с целью определения схожести и различия между ними. В результате анализа выделяются несколько подходов к определению дискурса развлечений и дается его характеристика.

Ключевые слова: *дискурс; типы дискурса; дискурс развлечений; терминологическая вариативность; характеристики дискурса развлечений.*

In the article the question of the terminological variability of the notion «entertainment discourse» is viewed. The author analyses such terms as *entertainment discourse*, *entertaining discourse*, *humorous discourse*, *art-discourse* with the aim to determine similarities and differences between them. In the result of the analysis some approaches of the entertainment discourse definition are singled out and the characteristics of the entertainment discourse are given.

Key words: *discourse; types of discourse; entertainment discourse; terminological variability; characteristics of the entertainment discourse.*

Работы в сфере дискурс-анализа сегодня отличаются разнообразием выбора объектов и методов исследования. Возрастает интерес к изучению новых типов дискурса. Одним из таких типов является *дискурс развлечений*, актуальность которого можно объяснить резким увеличением развлекательного контента в разных сферах деятельности людей.

Дискурс развлечений набирает все большую популярность, но вместе с этим при детальном изучении данного понятия определяется ряд аспектов, одним из которых является вопрос о терминологической вариативности.

В научной литературе можно встретить такие термины, как *развлекательный дискурс* [1; 2], *дискурс развлечений* [3], *досуговый дискурс* [4], *юмористический дискурс* [5; 6], *арт-дискурс* [7; 8] и др. Упомянутые типы тем или иным образом связаны с развлечениями, но вопрос заключается в том, являются ли все эти названия обозначением одного и того же типа, либо между ними есть существенная разница. Для этого проанализируем, как исследователи определяют рассматриваемые типы дискурса.

Под развлекательным дискурсом понимается «совокупность тематически и функционально обусловленных текстов со значением развлекательности, направленных на воздействие на духовную, социальную и эмоциональную стороны слушателей (зрителей)» [2, с. 127].

Досуговый дискурс характеризуется как «использование свободного времени человека для получения положительных эмоций» [9, с. 21]. По мнению Т. Б. Карповой, «он реализует установки языковой личности на времяпрепровождение, отдых, развлечение» [4, с. 70]. «При проведении досуга личность реализует весь свой возможный социально-ролевой статус частного лица (почти полностью исключается сфера профессиональных интересов) и таким образом удовлетворяет потребность в разностороннем развитии» (цит. по [4, с. 70]).

Говоря о развлекательном и досуговом дискурсе, мы можем как поставить знак равенства между этими типами, так и утверждать, что досуговый дискурс – это более широкое понятие, которое включает в себя развлекательный дискурс. Различие во взглядах будет зависеть от определения самих понятий *развлечение* и *досуг*.

Некоторые исследователи разграничивают термины *развлечение* и *досуг*, считая, что «досуг – это проведение свободного времени, совокупность видов деятельности для удовлетворения физических, духовных, социальных потребностей в свободное от работы, домашней занятости время. Досуг включает как отдых, развлечения, так и творческую, любительскую деятельность, занятия физической культурой, туризмом» [10, с. 137].

Таким образом, досуг рассматривается как более общее понятие, которое включает в себя развлечение. Под досугом подразумеваются любые виды деятельности, связанные с отдыхом, в том числе и сон, в то время как под развлечением понимаются действия, связанные с активным времяпрепровождением.

Другие ученые рассматривают понятия *досуг* и *развлечение* как синонимичные термины. Это наблюдается в работах Т. Г. Киселевой (цит. по [11]) и В. З. Дуликовой (цит. по [11]).

В нашей работе мы не стремимся разграничить упомянутые термины и считаем целесообразным определить развлечение и досуг как общую систему развлекательных мероприятий, тесно взаимосвязанных между собой, и, соответственно, рассматривать развлекательный и досуговый дискурс как синонимические понятия. Однако если взять за основу более общую трактовку досуга, то тогда развлекательный дискурс можно считать частью досугового.

Далее рассмотрим юмористический дискурс. По определению В. И. Карасика, юмористический дискурс – это «текст, погруженный в ситуацию смехового общения». В качестве характерных признаков такой ситуации автор обозначает «коммуникативное намерение участников общения уйти от серьезного разговора; юмористическую тональность общения, т.е. стремление сократить дистанцию и критически переосмыслить в мягкой форме актуальные концепты; наличие определенных моделей смехового поведения, принятого в данной лингвокультуре» [12, с. 305].

В таком значении нельзя поставить знак равенства между развлекательным и юмористическим дискурсом, так как развлекательный дискурс будет пониматься более широко. Юмор в различных его жанрах может быть развлечением или его частью, таким образом, можем рассматривать юмористический дискурс как разновидность развлекательного или как отдельный тип, который кроме развлекательной функции выполняет и другие. В нашей работе юмористический дискурс считается частью развлекательного.

В настоящее время в научной литературе все чаще стал встречаться еще один термин при упоминании различных типов развлечений – а р т - д и с к у р с [7; 8]. Являясь новым объектом дискурсивного анализа, в широком понимании, он может быть определен как вид дискурса, имеющий отношение к искусству, в сферу которого входят театральный дискурс, литературный дискурс, музыкальный дискурс, дискурс изобразительного искусства, кинодискурс, модельный дискурс и др. [8, с. 418].

Учитывая, что перечисленные сферы относятся к развлечениям, то между развлекательным дискурсом и арт-дискурсом можно ставить знак равенства, за исключением того, что арт-дискурс включает в себя только ту часть развлечений, которая относится к искусству, таким образом, арт-дискурс будет более узким понятием, чем развлекательный дискурс.

Проанализировав сходства и различия между близкими по смыслу терминами, рассмотрим развлекательный дискурс более подробно.

Одним из ярких представителей, которые занимаются изучением развлекательного дискурса, является В. И. Карасик. Как и в других типах дискурса, в развлекательном он выделяет два типа: неинституциональный и институциональный. В первом случае речь идет о «различных видах повседневного развлекательного дискурса в его канонических жанрах – повествование о том или ином событии, сказка, розыгрыш, анекдот, частушка и т.д.». Сюда же автор относит «литературное творчество широкой публики». Во втором случае развлекательный дискурс представляет собой деятельность «профессиональных спортсменов, организаторов массовых развлечений и людей искусства», включая в себя «выступления уличных комедиантов, театральные и цирковые представления, телевизионные шоу и конкурсы, компьютерные игры и др.» [1, с. 93].

Такой же точки зрения придерживается и С. В. Чернова, выделяя обиходный (личностный) и институциональный типы развлекательного дискурса. Обиходный развлекательный дискурс она определяет как «спонтанное общение, в ходе которого не придается значение формальной стороне речи. Этот тип дискурса является непубличной коммуникацией, в которой важное место занимают эмоциональность и развлекательность. Функционирование второго типа дискурса обеспечивается рядом социальных институтов, таких как театр, цирк, кино, телевидение и т.д.» [2, с. 127].

Развлекательный дискурс представляет собой «общение, цель которого состоит в доставлении удовольствия адресату в его свободное от работы время» [1, с. 91]. По мнению В.И. Карасика, «субъектами рассматриваемого общения являются профессиональные затейники, работающие в разных жанрах этого вида деятельности, и зрители. Первые выступают в качестве представителей социального института (театр, спорт, различные шоу), вторые пассивно участвуют в представлении и дают ему оценку» [1, с. 99].

«Публика в развлекательном дискурсе также не является однородной». Разграничиваются следующие типы потребителей развлечений: «1) опытные и начинающие зрители или слушатели, фанаты или болельщики; 2) более и менее активные представители публики; 3) обычная публика и профессионально подготовленные критики, которые являются экспертами в этом развлекательном событии и излагают свое мнение о нем в средствах массовой информации» [1, с. 100].

Учитывая вышеупомянутые данные, отметим, что все больше увеличивается число коммуникативных эпизодов в медиaprостранстве. «Это связано с непрерывным техническим развитием, появлением новых форм коммуникации, увеличением объема интернет-СМИ, ростом доверия адресатов к материалам, публикуемым в медиaprостранстве, потребностями аудитории в многоканальном и многообразном получении информации» [13, с. 63].

С развитием массмедийных технологий, которые все глубже проникают во все сферы человеческой жизни, типы дискурса становятся более медиатизированными. Развлекательный дискурс можно считать одним из таких медиатизированных типов, который претерпевает изменения, подстраиваясь под потребности современной массовой аудитории. Таким образом, все чаще о развлекательном дискурсе говорят как о жанре дискурса массмедиа. Это происходит отчасти и из-за смены самого понятия *развлечение*, которое хоть и не является новым, но со временем меняет свои характеристики. Развлечения упоминаются уже в работах Аристотеля, где он приписывает ему характеристики счастья. Так как развлечения были доступны, по большей части, высшим слоям общества, то редкие возможности отдыха и развлечений простой народ считал настоящим счастьем.

На данный момент развлечение понимается, как «времяпрепровождение, доставляющее удовольствие, развлекающее» [14, с. 643]. И если еще 10 лет назад развлечение предполагало непосредственное и активное участие индивида в традиционном виде развлекательной деятельности, то сейчас упор делается на опосредованное и пассивное участие, которое можно связать с напряженным современным образом жизни людей. Таким образом, растет разнообразие видов и форм развлечений и большинство из них транслируются через СМИ.

Учитывая данный факт, развлекательный дискурс рассматривается некоторыми исследователями как разновидность дискурса массмедиа [13; 15], представляя собой весь развлекательный контент: совокупность текстов, объединенных архитемой «Развлечение», и транслируется данный контент посредством СМИ [16, с. 182]. Структура медиадискурса включает разные типы дискурсов в зависимости от основания классификации. Так, в качестве типологизирующих признаков может выступать канал коммуникации, способ передачи информации, тематика, цель, участники и т.д. [13, с. 64].

Выделение развлекательного дискурса происходит на основании канала передачи информации и с учетом базовой цели [16, с. 182]. Исходя из канала связи, можем выделить четыре вида развлекательного дискурса: радиийный [13; 15], телевизионный [17; 18], дискурс прессы и интернет-дискурс [19]. Термин *развлекательный* в данном случае предполагает наличие особого пространства, целенаправленно создаваемого при помощи технических средств, которому присущи и такие характеристики, как массовая аудитория, всеохватность, дистантность, наличие визуализации (не для всех), хронотоп, ограниченный техническими возможностями СМИ.

Макроцелью всех этих видов является развлечение адресата: предоставление интересной информации; создание положительного эмоционального настроения путем розыгрышей, конкурсов, викторин; непринужденное общение со слушателями на различные темы и т. д. [13, с. 65].

Достижение поставленной цели осуществляется благодаря карнавализации и ярким выразительным языковым средствам, спонтанности, разговорным конструкциям, оценочной и эмоционально окрашенной лексике, широкому использованию языковой игры, обилию своеобразных лексико-стилистических приемов и др. [16, с. 182; 14, с. 216].

Кроме просмотра и принятия участия в зрелищных мероприятиях, таких как спектакли, концерты, конкурсы, спортивные соревнования, цирковые представления, в настоящее время признаки развлечения могут быть характерны для других сфер деятельности человека.

На данный момент люди все более склонны к редукции академичности и привнесению развлекательного элемента в различные виды деятельности. В связи с этим зачастую полезная и важная информация подается в форме развлекательного материала, также именуемого инфотейментом, который «не только удовлетворяет потребностям и желаниям человека отдыхать, снимать стресс, отвлекаться от действительности и насущных проблем, но и направлен на привлечение и удержание внимания зрителя или читателя» [20, с. 115–116]. Например, образовательная информация может быть представлена в формате телевикторины, тревел-шоу, сканвордов, когда, с одной стороны, зрители/слушатели/читатели приятно проводят время, с другой – таким образом реализуется образовательный процесс. Именно такого рода

формат проще воспринимается информационно перегруженной аудиторией, потому что развлекательный элемент разрежает информационную плотность, напряженность изложения. Вместо того чтобы перенасыщать адресата сухими фактами, данными, цифрами, развлекательный дискурс стремится увлечь, удивить и рассмешить.

Инфотеймент – это слияние развлекательных и информационных элементов, которое распространяется на политику, науку, спорт и другие виды общественной деятельности, освещаемые в СМИ. Соответственно, спортивный, научный, политический и другие типы дискурса, использующие развлекательный формат, можно считать развлекательным дискурсом.

Таким образом, развлекательный дискурс можно разделить на четыре типа: *неинституциональный* (личный, обиходный), *институциональный*, *медиаразвлекательный* дискурс и *инфотеймент*.

Первый тип – *неинституциональный* – представляет повседневное, спонтанное общение, предполагающее развлекательный контент и не находящее реализации в средствах массовой информации.

Второй тип – *институциональный* – характеризует профессиональную развлекательную деятельность, которая может реализовываться посредством СМИ в зависимости от типа контента и ситуации.

Третий тип – *медиаразвлекательный* дискурс – описывает весь развлекательный контент, который транслируется СМИ.

Четвертый тип представлен в виде *инфотеймента*, под которым понимаются любые типы дискурсов, использующих развлекательный формат.

Редкие упоминания термина *дискурс развлечений* [3] подразумевают приписывание ему одной из вышеупомянутых характеристик развлекательного дискурса. Но мы не ставим знак равенства между развлекательным дискурсом и дискурсом развлечений, мы разводим эти понятия, выделяя *дискурс развлечений* в отдельный тип, связанный с развлекательными мероприятиями или событиями такого рода, как выставки, спектакли, концерты, кинофестивали, конкурсы. В эту категорию входят любые события, которые ставят своей главной целью увлечь свою целевую аудиторию. Среди них интеллектуальные, спортивные, театральные, музыкальные и другие события. И дискурс развлечений в данном случае представляет собой информацию, которая связана с самим событием: где пройдет, кто примет участие, какой будет приз, какие известные личности посетят мероприятие, как проходит подготовка и многое другое. Таким образом, дискурс развлечений отображает вокругсобытийную коммуникацию, которая главным образом реализуется через средства массовой информации.

Основным компонентом дискурса развлечений является развлечение, соответственно, имеется связь с развлекательным дискурсом. Но так как дискурс развлечений реализуется посредством СМИ, то является жанром

дискурса массмедиа. Следовательно, рассматриваемый нами дискурс содержит в себе признаки развлекательного дискурса и дискурса массмедиа. По тематике это характеристика развлекательного дискурса, по ситуативной организации – это пример медийного дискурса.

Дискурс развлечений делится на *предсобытийный* – то, что предшествует событию, *событийный* – само событие и *постсобытийный* – то, что освещается после окончания мероприятия. Каждый из данных компонентов несет в себе определенную информацию и реализуется характерным набором жанров.

Например, компонент структуры «событие» дает представление о самом мероприятии и выражается новостными материалами, интервью, репортажами с места событий. Предсобытийный компонент имеет своей целью привлечь массовую аудиторию к мероприятию, подогреть интерес, используя ту информацию о предстоящем событии, которую преподносят авторы. Среди жанров преобладают анонсы, пресс-релизы, персоналии, рекламные тексты, рецензии, а также новостные сообщения. Постсобытийный компонент содержит сведения о результатах прошедшего мероприятия. По большей части, реализуется в новостных публикациях, обзорах, интервью, рецензиях. События, в которых находит свою реализацию дискурс развлечений, могут быть различными. В данном случае «событие» равно «развлечение», а развлечений насчитывается большое множество.

Подводя итог вышесказанному, отметим, что под термином *дискурс развлечений* может пониматься как развлекательный дискурс, который на данный момент имеет некоторые синонимические термины, рассмотренные нами ранее, так и новый тип дискурса, который сочетает в себе характеристики развлекательного дискурса и дискурса массмедиа, таким образом, представляющий собой вокругсобытийную коммуникацию в средствах массовой информации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Карасик, В. И. Развлекательный дискурс как институциональный вектор общения / В. И. Карасик // Соц. и гуманитар. науки. Отечественная и зарубеж. лит. Сер. 6, Языкознание. – 2020. – № 3. – С. 91–103.
2. Чернова, С. В. Развлекательный дискурс: понятие и основные характеристики / С. В. Чернова // Меняющаяся коммуникация в меняющемся мире : IX междунар. науч.-практ. конф., Волгоград, 6 февр. 2015 г. : сб. ст. / Волгогр. фил. Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте Рос. Федерации ; редкол.: И. С. Бессарабова [и др.]. – Волгоград, 2015. – С. 126–128.

3. *Могиленских, Н. П.* Дискурс развлечений как объект исследования / Н. П. Могиленских // Коммуникативные стратегии : материалы 11-й междунар. науч. конф., Минск, 24 нояб. 2021 г. / Мин. гос. лингвист. ун-т ; редкол.: Т. В. Поплавская (отв. ред.) [и др.]. – Минск, 2022. – С. 128–131.
4. *Карпова, Т. Б.* Досуговый дискурс рунета / Т. Б. Карпова // Вестн. Перм. ун-та. Рос. и зарубеж. филология. – 2010. – № 2 (8). – С. 70–76.
5. *Лаврова, С. Ю.* Юмористический и институциональный дискурсы: сопоставительный анализ / С. Ю. Лаврова, Ю. Ю. Бочкарева // Вестн. Череповец. гос. ун-та. Сер. : Филол. науки. – 2012. – № 2-1 (38). – С. 89–92.
6. *Калинцева, М. О.* Юмористический дискурс как разновидность комического дискурса и его конститутивные признаки / М. О. Калинцева // Вестн. Пятигор. гос. ун-та. – 2015. – Вып. 2. – С. 34–38.
7. *Каминская, Т. Л.* Арт-дискурс в региональных Интернет-медиа / Т. Л. Каминская // Вестн. Новгород. гос. ун-та. Сер. : Гуманитар. науки. – 2015. – № 4-1 (87). – С. 13–15.
8. *Рингевич, В. В.* Литературный дискурс и кинодискурс в системе арт-дискурса / В. В. Рингевич // Вістн. Криворож. держ. пед. ун-ту. Філол. студії. – 2017. – Вип. 16. – С. 417–424.
9. *Косогор, О. Н.* Интеллектуальный досуг как ресурс развития личности / О. Н. Косогор // Досуговая журналистика в России : материалы межвуз. науч.-практ. конф., Санкт-Петербург, 27–28 мая 2009 г. / С.-Петерб. гос. ун-т ; редкол.: Л. Р. Дускаева, В. И. Шароградский. – СПб., 2009. – С. 21–25.
10. *Райзберг, Б. А.* Современный социоэкономический словарь / Б. А. Райзберг. – М. : ИНФРА-М, 2010. – 629 с.
11. *Ярошенко, Н. Н.* Индустрия развлечений в современном культурном пространстве России / Н. Н. Ярошенко // Вестн. Моск. гос. ун-та культуры и искусств. – 2016. – № 3 (71). – С. 122–132.
12. *Карасик, В. И.* Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – М. : Гнозис, 2004. – 390 с.
13. *Егошкина, В. А.* Специфика медиатекстов развлекательных радио-программ / В. А. Егошкина // Вестн. Ом. гос. пед. ун-та. Гуманитар. исслед. – 2019. – № 4 (25). – С. 63–66.
14. *Ожегов, С. И.* Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – 4-е изд., доп. – М. : А ТЕМП, 2006. – 944 с.
15. *Панченко, С. А.* Развлекательный теледискурс в матрице дискурсов русского языка / С. А. Панченко // Одес. лінгвіст. вісн. – 2015. – Т. 2, № 6. – С. 63–65.
16. *Егошкина, В. А.* Прагмастилистическая специфика развлекательного радиийного дискурса / В. А. Егошкина // Коммуникатив. исслед. – 2014. – № 2. – С. 181–188.

17. *Ильченко, С. Н.* Трансформация жанровой структуры современного отечественного телеконтента: актуализация игровой природы телевидения : дис. ... д-ра филол. наук : 10.01.10 / С. Н. Ильченко. – М., 2012. – 363 л.
18. *Каршин, А. А.* Индивидуальный дискурс как отражение идиостиля журналиста-ведущего авторской телевизионной программы : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / А. А. Каширин. – Томск, 2019. – 180 л.
19. *Ляшева, М. Н.* Лингвокреатемы в современном развлекательном интернет-дискурсе / М. Н. Ляшева // Урал. филол. вестн. Сер. : Язык. Система. Личность: лингвистика креатива. – 2017. – № 2. – С. 76–80.
20. *Гапутина, В. А.* Развлекательные приемы в медиадискурсе моды (на примере телепередач «Модный приговор» и «Снимите это немедленно») / В. А. Гапутина // Междунар. науч.-исслед. журн. – 2018. – № 9-2 (75). – С. 115–117.

Поступила в редакцию 01.06.2023