

Оригинальная статья
УДК 81'23
<http://doi.org/10.32603/2412-8562-2022-8-5-129-143>

Тематические доминанты рекреативности в информационном теледискурсе

Марина Александровна Гладко

*Минский государственный лингвистический университет, Минск, Беларусь,
glad_26@tut.by, <https://orcid.org/0000-0002-5268-960X>*

Введение. В настоящем исследовании рассматривается тематическое многообразие рекреативности, которое представлено в виде конечного списка тематических доминант, способных организовывать вокруг себя информационное пространство дискурса и транслировать воздействующую и/или значимую информацию. Рекреативность становится неотъемлемым признаком информационного дискурса, инструментом управления настроениями, общественным мнением. Именно поэтому актуальность темы обусловливается необходимостью изучения текстообразующих инструментов реализации рекреативности. Тематические доминанты рекреативности активно участвуют в структурной организации информационного текста; реализуют широкую палитру рекреативных функций, изучение закономерностей которых определяет научную новизну исследования.

Методология и источники. В работе использовались традиционные общенаучные методы, такие как описание и классификация языкового материала, обобщение и наблюдение, целевая выборка, квантитативный анализ, а также лингвистические методы: дискурсивный, описательно-аналитический, контекстуальный, семантический анализ текста. В качестве материала исследования выбраны 400 текстов-репрезентантов информационного теледискурса, разнообразных по тематической направленности и жанровой представленности.

Результаты и обсуждение. Анализ информационного дискурса позволяет говорить о насыщенности рекреативными темами, транслирующими информацию, нацеленную на обеспечение условий для отдыха, релаксации, отвлечения от повседневных проблем и развлечения адресата. Выявлены макроструктурные компоненты, которые наиболее часто заполняются тематическими доминантами рекреативности. Показано, что тематические доминанты неравномерно располагаются на биполярной шкале позитивной – негативной рекреативности. Установлены крайняя, средняя и пороговая степени рекреативности, описаны определяющие их темы.

Заключение. Тематические доминанты рекреативности направлены на смещение фокуса описания действительности для реализации рекреативных функций (формирования психических эффектов – отвлечения, переживания; развлечения, интересного досуга и т. д.). Их экспликация представляет многослойную семиотическую систему: внешний уровень (мультимодальные ресурсы); внутренний (макро- и микроуровень). Между двумя крайними точками рекреативности находятся тексты с разным уровнем рекреативности, причем по мере убывания рекреативная функция совмещается с дополнительными, нерекреативными.

© Гладко М. А., 2022



Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 License.
This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 License.

Ключевые слова: телевизионный дискурс, информационный дискурс, рекреативность, тематические доминанты, негативная рекреативность, позитивная рекреативность

Для цитирования: Gladko M. A. Тематические доминанты рекреативности в информационном теледискурсе // ДИСКУРС. 2022. Т. 8, № 5. С. 129–143. DOI: 10.32603/2412-8562-2022-8-5-129-143.

Original paper

Recreational Thematic Dominants in News TV Discourse

Marina A. Gladko

*Minsk State Linguistic University, Minsk, Belarus,
glad_26@tut.by, <https://orcid.org/0000-0002-5268-960X>*

Introduction. This study examines the recreational thematic diversity of recreation presented in the form of the thematic dominants list. The thematic dominants are capable of organizing news discourse around themselves and transmitting significant information. Recreation is becoming an integral feature of information discourse, a tool for managing moods and public opinion. That is why the relevance of the topic is determined by the need to study text-forming tools for the implementation of recreation in the discourse. Thematic dominants of recreation are actively involved in the structural organization of the news; implement a wide range of recreational functions. The study of their linguistic implementation rules determines the scientific novelty of the research. The key tasks of the research are to identify the repertoire of thematic dominants of recreation, their functional characteristics, the specifics of participation in the construction of the news text, as well as a description of the recreation scale.

Methodology and sources. The study used traditional general scientific methods, such as description and classification of linguistic material, generalization and observation, target sampling, quantitative analysis, as well as linguistic methods: discursive, descriptive-analytical, contextual, semantic text analysis. As the material of the research, 400 texts-representatives of informational TV discourse, various in thematic focus and genre representation, were selected.

Results and discussion. The analysis of news discourse allows us to talk about the saturation of recreational topics that broadcast information aimed at providing conditions for rest, relaxation, distraction from everyday problems and entertainment of the addressee. The study reveals macrostructural components, which are most often filled with recreational thematic dominants. It is shown that thematic dominants are unevenly located on the bipolar scale of positive – negative recreation. The extreme, average and threshold degrees of recreation have been established, and the themes that define them have been described.

Conclusion. Recreational thematic dominants are aimed at shifting the focus of describing reality for the implementation of recreational functions (the formation of mental effects – distraction, experience; entertainment, interesting leisure, etc.). Their explication represents a multi-layered semiotic system (external level (multimodal resources); internal (macro- and micro-level). Between the two extreme points of recreation there are texts with different levels of recreation, and in descending order the recreational function is combined with additional, non-creative ones.

Keywords: television discourse, news discourse, recreation, thematic dominants, negative recreation, positive recreation

For citation: Gladko, M.A. (2022), "Recreational Thematic Dominants in News TV Discourse", *DISCOURSE*, vol. 8, no. 5, pp. 129–143. DOI: 10.32603/2412-8562-2022-8-5-129-143 (Russia).

Введение. До недавнего времени понятие «рекреация» использовалось специалистами в области медицины, туризма, архитектуры и связывалось по большей мере с отдыхом, развлечением и восстановлением физических сил человека. В современном обществе рекреация как «зеркало отражает нравы, быт, общественные идеалы, характерные для конкретной исторической ситуации» [1, с. 48]. По словам Ж. Бодрийяра, «для современного гражданина принуждение к счастью является эквивалентом традиционного принуждения к труду и производству. <...> Это “fun-morality”, или императивный приказ развлекаться, использовать до дна все возможности, заставить себя взволноваться, наслаждаться или доставлять удовольствие» [2, с. 110].

Рекреация представлена следующими формами: 1) отдых как процесс восстановления психофизиологического баланса человеческого организма, реабилитация физических и умственных сил; 2) развлечение как способ времяпрепровождения; 3) игра как способ смены впечатлений, имитации острых, в том числе и опасных, ситуаций. Каждая из этих форм может способствовать в определенной мере развитию человека, восстановлению его сил и поддержанию интеллектуальных и эмоциональных ресурсов человека; обеспечивать общую встряску участников [1, с. 16–17]. В данном исследовании формы рекреации исследуются в связи с конструированием коммуникативного телепространства.

Современное телевидение – один из наиболее востребованных способов рекреации. Будучи источником восстановления, средством компенсации напряжения, моделирования удовольствия, отвлечения от проблем повседневности, телевидение в полной мере выполняет рекреативную функцию. Эту, одну из важнейших, функций телевизионного дискурса можно свести к комплексу функций: гедонистической, развлекательной, досуговой, эскапистской, создания определенного эмоционально-психологического тонуса, релаксационной, снятия напряжения, психологической разрядки [1, с. 48]. Стремясь удовлетворить потребительские нужды медиааудитории, заинтересованной по большей мере в отдыхе и развлечениях, создатели информационного контента пытаются найти баланс между серьезной, сложной для восприятия информацией и сведениями, нацеленными на организацию условий для отдыха, релаксации и развлечения. Простота, доступность и развлекательность становятся ключевыми принципами преподнесения информационного материала [3, с. 121]. В результате трансформируются представления о способах реализации рекреативных функций в телевизионном пространстве, которые до недавнего времени сводились к ток-шоу, эстрадным концертам, развлекательным сериалам, спортивным соревнованиям и интеллектуальным состязаниям.

Информационный теледискурс существенно модифицировался в сторону рекреативной направленности. Его ключевое лингвистическое качество – «прямая соотнесенность с референциальной составляющей означаемого, минимально искаженное коннотационными помехами» отображение предмета [4, с. 199] – интенсивно совмещается с рекреативной функцией. Информация подается в фокусе наиболее ярких, захватывающих и впечатляющих моментов как позитивного, так и негативного характера. Соответственно информационный теледискурс представляет не меньший, чем медиатексты развлекательной тематики, интерес для изучения потенциала и способов экспликации рекреативности, что обуславливает актуальность настоящей работы.

Исследования информационного дискурса проводились преимущественно в ракурсе изучения лингвистических особенностей реализации развлекательного компонента новостных текстов (С. Н. Акинфиев, М. Е. Аникина, С. С. Ильченко, А. В. Колесниченко, А. А. Негрышев, И. А. Новикова, К. Э. Разлогов, С. И. Сметанина, Н. А. Федотова). Вместе с тем информационный текст реализует всю палитру рекреативных функций. Этому способствует тематическое многообразие, выполняющее рекреативную функцию, которое инкорпорирует темы отдельных текстов и сводится к конечному списку тематических доминант рекреативности. Рекреативность мы понимаем как признак, свойственный медиатексту, запрограммированный на уровне замысла автора, связанный с содержанием знаков различных семиотических систем (вербальных и невербальных), с выбором этих знаков говорящим и восприятием их адресатом в соответствии с коммуникативной интенцией – обеспечение условий для отдыха, развлечения, релаксации, регенерации, эмоциональной встряски зрителя. Рекреативность реализуется через тематическое связывание текстов, образующих систему тематических доминант, т. е. «регулярно воспроизводимых тем» [5, с. 58]. Под тематическими доминантами рекреативности в настоящем исследовании понимаются устойчивые, регулярно воспроизводимые темы, способные организовывать вокруг себя информационное пространство дискурса и транслировать информацию, нацеленную на обеспечение условий для отдыха, релаксации, отвлечения от повседневных проблем и развлечения адресата. Изучение тематических доминант рекреативности в информационном теледискурсе проводится впервые, что обуславливает научную новизну исследования.

Методология и источники. В работе использовались традиционные общенаучные методы, такие как описание и классификация языкового материала, обобщение и наблюдение, целевая выборка, количественный анализ, а также лингвистические методы: описательно-аналитический, контекстуальный, семантический анализ текста.

В качестве материала исследования выбраны 400 текстов-репрезентантов информационного теледискурса. Анализируемые медиатексты разнообразны по тематической направленности (общественно-политические, общественные, экономические, культурные события, природные, криминальные происшествия), жанровой представленности (репортаж, новостная заметка, новость с комментариями экспертов, интервью, жизненная история).

Для выявления репертуара тематических доминант рекреативности на первом этапе были выявлены ключевые слова как элементы темаобразования, которые далее были объединены в лексико-тематические группы. На втором этапе на основе последовательного анализа тематического наполнения были определены невербальные компоненты (объекты видеоряда, музыкальное сопровождение), участвующие в реализации рекреативной функции. Последующее обобщение полученных данных позволило свести всё тематическое многообразие исследуемого информационного дискурса к перечню тематических доминант.

Результаты и обсуждение. Для определения специфики и разнообразия рекреативного компонента проанализирована структура тематического пространства и содержательного контента информационных телепередач. В целом такая структура представлена определенными узловыми моментами, транслирующими рекреативную функцию: факт и событие (происшествие, случай)/цепь событий, которое организует собой факты, объединенные драматургией повествования. Факт – это статичное описание происходящего, элемент реальной

действительности, наличие которого может быть верифицировано. Он не содержит в себе сюжетности. Событие же предполагает наличие ряда фактов, скомпонованных таким образом, что выстраивается динамичное повествование [6, с. 88].

Определим, какие именно события, факты можно квалифицировать в качестве реализующих рекреативную функцию в информационном дискурсе. Это события, представляющие собой эмоционально насыщенные, часто необычные, нестандартные, повседневные медиаконструкты [7], которые связаны с соперничеством/борьбой, драматичны или трагичны; смешны или забавны; эксплицируют личную жизнь других; либо составлены фактами, представляющими обыденную действительность как цепь ярких, впечатляющих моментов. Рекреативные медиасобытия/факты нацелены на формирование эмоционального настроения массового зрителя (вызывают удивление, смех, слезы, страх, удовольствие и т. д.), снятие стрессовых нагрузок, психического напряжения; достижение состояния покоя, расслабленности после сильных переживаний или физических нагрузок. Соответственно в коммуникативном пространстве информационного дискурса выделены следующие тематические доминанты (ТД) рекреативности (табл. 1).

Таблица 1. Тематические доминанты рекреативности в информационном теледискурсе
Table 1. Thematic Dominants in News TV Discourse

| Тематика | Содержание |
|---|---|
| 1. Курьезные/забавные, удивительные события/факты | События из мира знаменитостей кино, музыки, моды и спорта; развлекательные, необычные события и явления в зоопарках, национальных парках других стран |
| 2. Диковина | Необычные достижения науки и техники: информация о рынке высоких технологий, развитии электронного бизнеса, компьютерной индустрии и безопасности, электротранспорте; нестандартные действия, поведение людей |
| 3. Эксперимент | Наблюдения автора за обыденными ситуациями, тестирование предметов |
| 4. Праздники | Национальные праздники (дожинки, купалье и т. д.), День Победы, День независимости и т. д. |
| 5. Досуг | Культурно-досуговые мероприятия, события и явления духовной и культурной жизни: конкурсы, выставки, фестивали |
| 6. Спасение Другого | Истории спасения людей (граждан страны) в повседневных и чрезвычайных ситуациях |
| 7. Жизнь страны/города | История, деятельность и достижения государственных и частных предприятий; споры/конфликтные ситуации в городском пространстве |
| 8. Личная жизнь и пространство Другого | Необычные, малодоступные факты из профессиональной и личной жизни государственных деятелей, творческих людей, спортсменов, тружеников |
| 9. Преступления, происшествия | Мошенничество, обманы, киберпреступления, убийства |
| 10. Катастрофы | Землетрясения, цунами, пожары и т. д. |

Тематические доминанты рекреативности в информационном теледискурсе представлены: 1) отдельным событием, репрезентация которого в информационном тексте имеет характерную прототипическую структуру; 2) фактом/фактами, встраивающимися в ткань информационного сообщения (например, репортажа, интервью) нерекреативного характера. Примером первого случая является последовательность сообщений на серьезные темы – о политических, экономических событиях недели в стране, сменяющаяся повествованием о шокирующем поведении полицейских, которые основали подпольную организацию, поддерживающую нацистские взгляды. Мы относим это сообщение к рекреативной тематиче-

ской доминанте *Преступления, происшествия*. Здесь доминируют такие признаки рекреативности, как фокус внимания зрителя на нестандартности события (нестандартное поведение полицейских, призванных защищать граждан), активизация сильных эмоций негативной шкалы (например, возмущения).

Во втором случае рекреативная функция реализуется в рамках некоторых композиционных блоков информационного сообщения. Речь идет о макротекстовом уровне, где языковые единицы объединены в сверхфразовые единства. В отношении новостного текста принято говорить о следующих композиционных блоках или макроструктурных компонентах: *событие (субъекты действия + действие), обстоятельства действия, место, время, причина, предыстория события, следствие* [8]. Прототипическая структура информационного/новостного сообщения предполагает акцентирование доминантных для содержательной структуры новостей компонентов *субъекты действия, действие*, без которых «информация не может стать новостью в масс-медийном контексте» [8].

В качестве реализующих рекреативную функцию наиболее часто используются блоки: *субъекты действия + действие* (15 % случаев), ключевые для структуры события/факта, а также *обстоятельства действия* (49 %), *следствие* (31 %), *причина* (5 %), которые «выполняют комментирующе-воздействующую функцию» [8]. Блоки *субъекты действия, действие* реализуют рекреативные возможности за счет нарративов о забавном, нелепом или необычном поведении людей, удивительных фактах, происшествиях, эксплицируя тематические доминанты *Курьезные/забавные, удивительные события/факты, Диковина*. Например: *В результате работы этого завода у каждого жителя страны по 26 пачек мороженого. Компания по производству молочной продукции из Марьиной Горки благодаря современным технологиям и качественному сырью может угостить молочными лакомствами с разными вкусами потребителей в разных странах. Мы прорабатываем вопрос Китая, Вьетнама, Казахстана, отгружаем всё в Латинскую Америку. Кредо предприятия – дружелюбное отношение к экологии и инвестирование в свой главный ресурс – сотрудников. Робот заменяет девять человек, но мы не увольняем людей, мы продолжаем процесс обучения, формирования, делания из людей профессионалов* [9]. Интеграция текстовой и аудиовизуальной информации (музыкальное оформление, звуки, яркая красочная картинка) предполагает усиление рекреативности.

Распространенность в информационных сообщениях разного рода сведений, служащих развлечению, релаксации зрителя, наблюдается в материалах на социально-политические, общественные темы. В качестве иллюстрации можно привести текст о контрабанде алкоголя. Основу фактологической информации составляет сообщение о количестве контрабандной продукции, способах ее реализации. Дополнительный блок *следствие* описывает результат распространения продукта. Информационные блоки *субъекты действия, действие, место, время* сменяются информацией о необычном использовании спиртосодержащих продуктов: *На минувшей неделе у жителя Бобруйска сотрудники БЭП нашли полтонны спиртосодержащей жидкости. <...> Правоохранители отмечают, что есть в таком бизнесе сезонность. <...> В госкомитете экспертиз проводится порядка 25 тысяч медицинских экспертиз. Из них 80–85 % – это экспертизы на определение этилового алкоголя <...> К слову, в последнее время все чаще происходит отравление от такой продукции и антисептиков. Иногда бывают случайные отравления (в кадре женщина, которая пытается выпить антисептик*

в супермаркете) [10]. Информирование о серьезной проблеме прерывается развлекательной информацией, которую отнесем к тематической доминанте *Курьезные события*. Отсутствие этого компонента не повлекло бы снижение информативности и определенности сообщения. Однако он способствует усилению юмористического эффекта сообщения, призван развлечь зрителя, вызвать улыбку. Важной функцией таких рекреативных вкраплений также является привлечение внимания и способствование запоминанию значимой информации или идеи (в приведенном фрагменте – отравление некачественным алкоголем).

Как правило, факты рекреативного характера, помещаемые в информационное сообщение, относятся к темам: *Курьезные/забавные, удивительные события; Личная жизнь и пространство Другого; Диковина*. Помимо отмеченных выше целей, довольно часто они выполняют роль декорации, иллюстрируя событие, придавая ему зрелищность и театральность. Однако такие вставные повествования выступают значимым текстообразующим элементом, помогают автору развернуть повествование/сюжет, вводя в его канву невероятные, смешные события. Это построение обостряет игровое начало в тексте, который разворачивается как *игра-головокружение*. Этот вид игр основан «на стремлении к головокружению и заключается в том, что игрок на миг нарушает стабильность своего восприятия и приводит свое сознание в состояние» паники. В таких случаях человек впадает в состояние оглушенности, «которым резко и властно отменяется внешняя действительность» [11, с. 61]. Существенную роль в лингвопрагматической организации информационного текста при этом играют чередование моментов «напряжения» за счет информационной/фактуальной нагрузки и «расслабления» (посредством введения ТД рекреативности) зрителя. Например, в следующем тексте, посвященном одному из объектов промышленного туризма – тракторному заводу – композиционный блок *обстоятельства*, реализующий ТД рекреативности *Диковина*, с одной стороны, иллюстрирует, театрализирует иные фактологические блоки (*место, субъекты действия, действие*). С другой стороны, он способствует усилению интереса к теме/сообщению, выступает аттракционом, провоцирующим удивление, организующим развлечение зрителя:

Журналист: [композиционные блоки *место, субъекты действия, действие*] *Новейший туристический МАЗ привозит туристов на МТЗ. Так один машиностроительный бренд помогает другому в организации экскурсий. Школьники из Беларуси – лишь часть общего потока туристов, которые посещают Минский тракторный. Но именно они с интересом изучают все процессы и даже участвуют в сборке на заводе. Каждый день с конвейера МТЗ сходит около 20 новых тракторов. Вообще же заниматься сборкой таких машин официально можно с 18 лет.* [композиционный блок *обстоятельства*] *Открутить и закрутить колеса «Беларуса» 320-й модели на скорость лучше других удаётся девушкам (в кадре девочка-подросток поднимает, переворачивает, закручивает колесо трактора, которое намного больше и выше ее).*

Участница конкурса: *Мы всегда ездим на дачу и там я любила помогать дедушке, папе.*

Журналист: *И вот заслуженная награда победительнице (награждение счастливой победительницы, восторженные крики участников, улыбающиеся дети).*

Журналист: *Впрочем, к индустриальным турам – детский интерес. Один только МТЗ за прошлый год посетили больше двух с половиной тысяч гостей* [12].

Фрагменты описания конкурса, интервью девушки-участницы, информацию о том, когда, с какого возраста можно заниматься сборкой большегрузных машин, награждение победительницы едва ли можно назвать фактологическими, поскольку они не добавляют ничего значимого, существенного к структуре самого факта. Однако содержательные и языковые компоненты, визуальный ряд (девочка-подросток, закручивающая колесо огромного трактора), оформляющий этот блок, в немалой степени усиливают впечатление от происходящего на экране. Реализация ТД *Диковина* (необычное увлечение для девочки – ремонт автомобиля, ее неожиданная победа в конкурсе); своеобразная головоломка, создающая завлекательную интригу (тема-ремаркеская акцентная констатация факта за счет специфического порядка расположения частей актуального членения, провоцирующего напряжение и ожидание ключевого компонента (темы) в высказывании): *Открутить и закрутить колеса «Беларуса» 320-й модели на скорость лучше других удастся девушкам*; композиционное комбинирование с информативными блоками – все это призвано захватить внимание и интерес зрителя.

Тематические доминанты рекреативности активно формируются мультимодальными средствами (музыкальное сопровождение, видео, звук, цветопередача и т. д.). Так, ТД *Диковина* транслируется видеоизображением необычных технических сооружений и их возможностей; нестандартным поведением человека или животного. ТД *Преступления, происшествия* визуализируется предметами преступления, кадрами с места происшествия, фото документов и т. д.

Тематические доминанты позитивной и негативной рекреативности в информационном дискурсе. Вкрапления ТД рекреативности в информационный дискурс, являясь избирательными с точки зрения автора текста, приобретают устойчивый характер в рамках этого типа дискурса, обнаруживая тем самым закономерности его тематической организации. Рекреативные ТД в информационном дискурсе располагаются на биполярной шкале *позитивной – негативной рекреативности*.

Темы, располагающиеся в зоне *позитивной рекреативности*, нацелены преимущественно на создание условий для отдыха, развлечения, интересного проведения досуга с получением некоторых сведений о происходящем в стране/мире. Презентация события/факта организуется по игровым, развлекательным сценариям (*борьба, карнавал, путешествие, забава/праздник* и т. д.), сопровождается юмором; подробной детализацией, ярко и красочно описывающей локации, позитивные эмоции участников; позволяет адресату проникнуть во внутренний мир героев. Это дает возможность представить зачастую довольно ординарное событие не только сухими фактами, но и поместить его в эмоциональную оболочку, продуцирующую впечатление, удовольствие.

Тематические доминанты располагаются по шкале рекреативности довольно неравномерно. Шкала позитивной рекреативности демонстрирует магнитуду насыщения текста различными семиотическими кодами, реализующими рекреативную функцию. Размерность шкалы рекреативности фиксирует значения от наибольшего – крайняя зона, к наименьшему – пороговая зона. Степень рекреативности зависит от распределения в макроструктуре информационного текста вербальных и невербальных средств, реализующих тематические доминанты рекреативности. *Крайняя степень* представлена максимальным значением,

при котором ТД рекреативности реализуются во всех макроструктурных блоках; количество микроформ, реализующих рекреативную функцию – от 66 до 100 %; *средняя* – макроструктура текста – представлена чередованием нерекреативных и рекреативных блоков, количество рекреативных микроформ – 34–65 %; *пороговая* – репрезентанты тематических доминант располагаются в одном макроструктурном блоке, количество микроформ – 33–0 % (табл. 2).

Таблица 2. Шкала рекреативности в информационном теледискурсе
Table 2. Recreation Scale in News TV Discourse

| Позитивная/негативная рекреативность | Крайняя степень | Средняя степень | Пороговая степень |
|--------------------------------------|---|---|--|
| Позитивная рекреативность | Курьезные, забавные, удивительные события | Досуг Жизнь страны/города Эксперимент Личная жизнь и пространство Другого Праздники | Вставки в один из блоков макроструктуры ТД: Диковина; Личная жизнь и пространство Другого; Удивительные события; Эксперимент; Жизнь страны/города |
| Негативная рекреативность | Катастрофы, стихийные бедствия | Преступления, происшествия Спасение Другого | Преступления, происшествия |

Текстовое пространство позитивной рекреативности в информационном дискурсе. В зоне *крайней позитивной рекреативности* находятся события сниженной социальной, общественной значимости для медиапотребителя конкретного социума, например, рождение панды, вечеринка в честь дня рождения обезьянки и т. д. Целью ТД *Курьезные/забавные, удивительные события*, находящейся в этой зоне, является продуцирование удивления, развлечения, т. е. они нацелены на организацию времяпрепровождения адресата без глубокого содержания, призваны доставить удовольствие, развлечь либо удивить. Объектом таких ТД становятся развлекательные факты, события (забавные, удивительные), участники которых – люди или животные, новинки техники. Такие тексты конструируются цепочкой удивительных, шокирующих, вызывающих эмоции фактов, деталей ситуации, которые нанизываются друг на друга. Соответственно все композиционные блоки макротекстовой структуры заполнены содержательно-фактуальной информацией рекреативного/развлекательного характера, которая активно поддерживается аудиовизуальным компонентом: *Хит сетей из Сычуаньского центра по разведению гигантских панд. Там сразу 14 веселых пушистых именинников отметили первый день рождения. Для малышей устроили прямо настоящую вечеринку с песнями, тортами, развлечениями. Не забыли и про подарки* [13].

На микротекстовом уровне (лексико-семантические, синтаксические (в пределах словосочетания) единицы) текст максимально, в каждом высказывании, заполнен разнообразными маркерами рекреативности: эмотивные лексемы, эмоционально-оценочная, дескриптивная лексика мелиоративной оценки, лексемы семантики развлечения, языковая игра, разнообразные средства стилистической образности (эпитеты, олицетворения, метафоры изобразительного и музыкального искусства, кино, волшебства), вносящие художественную выразительность, речевую эстетику, юмор. Такая контаминация развлекательности на различных уровнях (содержательный, макро- и микроуровни текста), подкрепленная аудиовизуальными средствами (музыкальное сопровождение, яркие краски, красивые пейзажи,

улыбающиеся люди) становится эмоциональным центром, источником удовольствия как эстетического, так и эмоционального, которое медиатекст призван доставить зрителю: (ТД Диковина) *А вы уже успели оценить картины из растений? Ландшафтные дизайнеры каждый цветник превращают в искусство. В центре Минска можно увидеть целую Беларусь и даже кусочек Версаля* [14]. Невербальная часть активно взаимодействует с вербальной, представляя параллельную (при которой вербальная и невербальная части совпадают) или комплементарную (одна составляющая дополняет другую) корреляции.

По мере повышения общественной, социальной, экономической значимости представление события в телепространстве продвигается к *средней* зоне позитивной рекреативности. Тексты с ТД *Досуг, Жизнь страны/города* (подтемы *общественно-политическая сфера, транспорт, жилье*), *Эксперимент, Личная жизнь и пространство Другого, Праздники* конструируются чередованием собственно фактуальных и рекреативных блоков, которые в свою очередь также реализуют какую-либо ТД рекреативности. Информативная составляющая, т. е. сообщения, осведомляющие о событии, положении, состоянии дел, об окружающем мире, является доминирующей, однако насыщается рекреативной функцией, а также дополнительными мировоззренческими смыслами.

На пороговом уровне позитивной рекреативности располагаются тексты, композиционные модели которых представлены: 1) вставкой ТД *Диковина, Личная жизнь и пространство Другого, Удивительные факты, Эксперимент, Жизнь города*, репрезентируемых различными семиотическими системами, в один из блоков макроструктуры; 2) надстройкой одного из макроструктурных блоков только аудиовизуальными компонентами, направленными на моделирование удовольствия, релаксации, развлечения. При этом вербальная часть не содержит тематических доминант рекреативности.

В первом случае ТД рекреативности способствуют усилению аттрактивности информации для зрителя. Само событие, объективно обладающее своей структурой, сюжетом, насыщается дополнительными оттенками и красками: *Коммунальные службы готовят к запуску эксперимент по переводу нескольких домов на дистанционные счетчики для воды, газа, энергии. Жители, видя, что отсутствует услуга, могут, не звоня на 115, зайти в чат и задать этот вопрос, и им ответят грамотно.* (ТД *Эксперимент*) *Мы сейчас проведем эксперимент. Мы зайдем в вайбер и все шаги сделаем. Попробуем, вот мой телефон, подключиться к газу. <...> Только за прошлый год ЖКХ принял около полутора миллионов телефонных звонков. В процессе решения вопросы по водоснабжению, проведению электро-работ. <...> Услугами нового сервиса уже пользуются около 700 минчан* [15]. Детальное, длительное описание всех шагов эксперимента, дополненного визуализацией, нацелено на формирование игрового напряжения, держащего зрителя в ожидании, чем же закончится проверка. Между тем наблюдается «игровой» обман этого ожидания, когда адресату не дают увидеть конечный результат, предоставляя возможность додумать, что же получилось в итоге. Здесь позитивная рекреативность репрезентируется гетерогенными семиотическими составляющими (вербальными и невербальными), которые призваны определять специфику восприятия.

Во втором случае невербальные компоненты объединяются с вербальной частью ассоциативными связями. В этом случае в информационном тексте можно проследить рекреативность, представленную только мультимодусными информационными ресурсами (видео,

музыка, запечатление в кадре эмоционального состояния героев), которые ориентированы на продуцирование нужного для автора состояния объекта воздействия, т. е. зрителя. Формируя фон сообщения, они оформляют какой-либо из макроструктурных блоков информационного текста – *субъект действия*, или *обстоятельства*, или *следствие*. При этом непосредственно текстовая составляющая характеризуется максимальной степенью фактологичности, объективности, не искаженной «коннотационными помехами отображения предмета» [4, с. 199], его характеристик и действий. Так, завершающая часть информационного сообщения о развитии и роли бизнеса для города оформляется одноминутным эпизодом, представляющим живописные пейзажи парков, аллей, по которым прогуливаются улыбающиеся родители с детьми. Смысловое содержание репрезентируемой в этом случае ТД *До-суг* вовлекает в информативное поле видеоряд, музыкальное сопровождение – положительно заряженные ассоциаты, которые образуют целое смысловое единство/идею «в городе активно развивается бизнес, и люди имеют возможность жить счастливо в прекрасном городском пространстве». Таким образом, тематическая доминанта нацелена на усиление воздействия информационного текста и моделирование настроений в обществе, направление этих настроений в туннель позитивного отношения к стране, ее гражданам, жизни в данном сообществе.

Текстовое пространство негативной рекреативности в информационном дискурсе. Информационный дискурс использует рекреативный ресурс, учитывая интересы и запросы разных категорий зрителей: заинтересованных в отдыхе, развлечении и расслаблении; а также в громких скандалах с разоблачением; жутких картинах несчастий, страданий, катастроф и т. д. Ядром тематических доминант, находящихся в зоне *негативной рекреативности: Преступления, Протесты, Катастрофы, Истории спасения*, – становятся события, связанные с негативной стороной жизни: смерть, страдания, преступность, жестокость, насилие. Серьезные темы на телеэкране призваны провоцировать возбужденно-ошеломленное состояние, сильные эмоции: страх, возмущение и т. д. В такой ситуации зритель, находясь в безопасности от представленных на экране ужаса, боли, страданий и страха, испытывает удовольствие от чувства собственной безопасности [16, с. 183]. Все ключевые характеристики события: соотнесенность события с наблюдаемым положением дел, соотнесенность с агентами действия, с местом и временем – редуцируются, облачаясь в негативно окрашенную эмоционально-чувственную вербальную оболочку.

Объектом ТД *крайней зоны негативной рекреативности* выступают смерть, разрушения, катастрофы. Специфической для репрезентации таких текстов становится высокая степень детализации характеристик, обстоятельств события во всех макроструктурных блоках информационного текста при доминировании эмоциональной составляющей. Языковые способы текстового заполнения всех позиций макроструктуры информационного текста включают обилие негативно окрашенной лексики семантики разрушения, смерти, насилия; лексических единиц, акцентирующих масштабность события (*рекордный, всемирный, мировой масштаб, глобальный*); впечатляющих количественных данных, сочетаний собирательных существительных с количественным значением, имен собственных, соотносимых с разрушением, смертью. Такая подача информации призвана охватить всё рационально-эмоциональное многообразие события: ***Самый горячий день в Европе. Рекордные сорок***

девять градусов зафиксировали на Сицилии. Прошлый же температурный максимум принадлежит Греции. В Италии серию лесных пожаров спровоцировал антициклон с говорящим названием «Люцифер», который унес десятки жизней. Министерство внутренних дел считает, что часть возгораний имеет криминальное происхождение. То горит в огне, то тонет в воде. В разгар туристического сезона в Турции от большой воды пострадали сразу девять префектур. В Японии три миллиона человек эвакуировали из-за продолжительных дождей [17]. Отсутствие пауз между разными тематическими блоками, быстрый темп речи, ошеломляющие кадры трагедий (сожженные леса, погибшие животные, затопление домов, крики людей и т. д.) и, наконец, внешний вид ведущей (костюм алого цвета, серьезное выражение лица), оформление студии (агрессивным красным цветом) оказывают эмоциональное воздействие, вызывают актуализацию опыта адресата (рационального, чувственного).

По мере продвижения от крайней к средней степени на шкале негативной рекреативности текстовые репрезентации информационного дискурса снижают эмоциональный градус или накал и конструируют дополнительные смыслы или функции, выполняют разнообразные рекреативные функции (развлечение, эмоциональное насыщение), а также дополнительные нерекреативные функции. Значительная группа таких информационных сообщений призвана реализовывать воспитательную функцию, оказывать воздействие на сознание людей посредством осуждения или высмеивания нежелательного поведения. Объекты тематических доминант этой зоны рекреативности – преступления, страдания людей, происшествия, связанные с насилием. Текстовая структура представлена монтажом собственно фактуальных блоков, обозначающих основные вехи развития событий, и сведений воздействующего на эмоции, часто шокирующего характера.

Типично, что смысловое содержание тематической доминанты Преступления, происшествия может реализовываться в иронической, развлекательной информационной среде. В таком случае композиционные блоки причины, обстоятельства и/или следствие события конструируются на основе ТД Забавные/удивительные факты: Легенду бразильского футбола Рональдиньо арестовали на срок до шести месяцев. Проблемы с законом у спортсменов в связи с фальшивыми документами. Как оказалось, он и его брат прибыли в Парагвай по поддельным паспортам. Оба бразильца уже заявили, что документы им вручили в подарок, а прилететь в страну их пригласила местная бизнесвумен. Глава МВД Парагвая отмечает, что прекрасно понимает статус попавшихся на серьезном правонарушении звезд, но тем не менее все равны перед законом. Адвокаты спортсменов попытались изменить меру пресечения на домашний арест. <...> У Рональдо на родине хватает проблем с налогами. Экс-полузащитнику «Барселоны» выписан штраф за нанесение вреда экологии. Сумма штрафа превысила два миллиона долларов. <...> Вместе с братом была открыта незаконная фабрика по переработке тростника, а также пирс, который расположен в заповедной зоне. <...> В тюрьме братьям выдали мыло, подушки и защитные средства от moskitov. В зал суда их приводят в наручниках [18].

Игровой момент явно прослеживается в высказывании: Экс-полузащитнику «Барселоны» выписан штраф за нанесение вреда экологии, – которое заставляет адресата задуматься, каким образом футболист может причинить вред окружающей среде, а также в несущественном для структуры события высказывании: В тюрьме братьям выдали мыло,

подушки и защитные средства от москитов, – призванном развлечь аудиторию. Паратекст, который видит зритель на экране *Перед законом все равны*, смена развлекательной информации на серьезную *в зал суда приводят в наручниках* – транслируют послы воспитательного характера. Игра на макротекстовом уровне – чередование удивляющих и развлекательных фактов и серьезных, на микротекстовом – обыгрывание исторической перспективы действительности: *выдали, арестовали, подделали* (констатация факта в прошедшем) – *приводят* (фокус на процессе в настоящем) – призваны обострить внимание зрителя, сконцентрировать на имплицитной идее «за неуплату налогов даже знаменитости несут серьезную ответственность». Соответственно процесс конструируемой медиатекстом игры направлен на вовлечение адресата в определенную интеллектуальную, мыслительную деятельность, на принятие выводов. Развлекательная, игровая оболочка социально значимых событий ориентирована на мотивацию социального поведения через демонстрацию на экране того, как жизнь учит тех, кто с ней играет.

Заключение. Событие/факт действительности в информационном дискурсе раскрывается через рекреативность, которая развертывается в текстовом континууме тематическими доминантами разных полюсов (позитивного и негативного). Тематические доминанты рекреативности направлены на преобразование информации о действительности, реализуя рекреативные функции (формирования психических эффектов – отвлечения, переживания; развлечения, интересного досуга и т. д.) при доминировании или сопровождении основной составляющей информационного дискурса – информации. Их экспликация представляет многослойную семиотическую систему: внешний уровень (мультимодальные ресурсы); внутренний (макро- и микроуровень). Между двумя крайними точками рекреативности находятся тексты с разным уровнем рекреативности, причем по мере ее убывания нарастает степень насыщения дополнительными нерекреативными функциями.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Федотова Н. А. Рекреативные функции СМИ. Минск: БГУ, 2014.
2. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / пер. с фр. Е. А. Самарской. М.: Культурная революция, Республика, 2006.
3. Бичарова М. М., Паршина М. В. Место рекреативных жанров в системе массово-информационного дискурса // Изв. ВГПУ. Филол. науки. 2015. № 6. С. 120–127.
4. Ширяева О. В. Специфика информационного медиадискурса: (на материале деловой прессы) // Изв. ЮФУ. Филол. науки. 2014. № 4. С. 197–203.
5. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь. М.: Флинта: Наука, 2008.
6. Новостной медианарратив в соцсети «ВКонтакте»: дискурсивные особенности / О. Р. Алевизаки, И. Б. Александрова, Е. С. Кара-Мурза, В. В. Славкин // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2021. № 3. С. 74–101. DOI: 10.30547/vestnik.journ.3.2021.74101.
7. Kellner D. Media spectacle and media events: some critical reflections // Media Events in a Global Age. London; NY: Routledge, 2009. P. 76–92.
8. Негрышев А. А. Интерпретация действительности в новостях СМИ: некоторые приемы на уровне композиции текста // Медиаскоп. 2012. № 2. URL: <http://www.mediascope.ru/node/1071> (дата обращения: 10.12.2021).
9. Новости. Центральный регион. 01.08.2021 // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=adjSSVzhjeU> (дата обращения: 10.10.2021).

10. Зона Х. Итоги недели. 02.04.2021 // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=N1A8kX7eZjk> (дата обращения: 10.10.2021).
11. Кайуа Р. Игры и люди: статьи и эссе по социологии культуры / пер. с фр. С. Н. Зенкина. М.: ОГИ, 2007.
12. Твой город. 21.01.2018 // Белтелерадиокомпания. URL: <https://www.tvr.by/videogallery/informatsionno-analiticheskie/tvoy-gorod/> (дата обращения: 10.10.2021).
13. Вокруг планеты. 14.06.2016 // Белтелерадиокомпания. URL: <https://www.tvr.by/videogallery/informatsionno-analiticheskie/vokrug-planety/> (дата обращения: 10.10.2021).
14. Твой город. 21.06.2020 // Белтелерадиокомпания. URL: <https://www.tvr.by/videogallery/informatsionno-analiticheskie/tvoy-gorod/> (дата обращения: 10.10.2021).
15. Твой город. 21.01.2019 // Белтелерадиокомпания. URL: <https://www.tvr.by/videogallery/informatsionno-analiticheskie/tvoy-gorod/> (дата обращения: 10.10.2021).
16. Спрэг де Камп Л. Лавкрафт: биография / пер. с англ. Д. В. Попова. СПб.: Амфора, 2008.
17. Вокруг планеты. 15.08.2021 // Белтелерадиокомпания. URL: <https://www.tvr.by/videogallery/informatsionno-analiticheskie/vokrug-planety/> (дата обращения: 10.10.2021).
18. Зона Х. 13.03.2020 // Белтелерадиокомпания. URL: <https://www.tvr.by/videogallery/informatsionno-analiticheskie/zona-x/> (дата обращения: 10.10.2021).

Информация об авторе.

Гладко Марина Александровна – кандидат филологических наук (2009), доцент (2010), доцент кафедры речеведения и теории коммуникации Минского государственного лингвистического университета, ул. Захарова, д. 21, Минск, 220034, Беларусь. Автор более 100 научных публикаций. Сфера научных интересов: медиакоммуникация, теледискурс, радиодискурс, убеждение.

*О конфликте интересов, связанном с данной публикацией, не сообщалось.
Поступила 24.12.2021; принята после рецензирования 26.01.2022; опубликована онлайн 22.11.2022.*

REFERENCES

1. Fedotova, N.A. (2014), *Rekreativnyye funktsii SMI* [Recreational functions of the media], Minsk, BSU.
2. Baudrillard, J. (2006), *La societe de consommation. Ses mythes, ses structures*, Transl. by Samarskaya, E.A., Kul'turnaya revolyutsiya, Respublika, Moscow, RUS.
3. Bicharova, M.M. and Parshina, M.V. (2015), "Role of recreation genres in the system of mass informational discourse", *Izvestia of the Volgograd State Pedagogical Univ. Philological sciences*, no. 6, pp. 120–127.
4. Shiryayeva, O.V. (2014), "Specificity of information media-discourse (on the material of business media)", *Proceedings of Southern Federal Univ. Philology*, no. 4, pp. 197–203.
5. Dobrosklonskaya, T.G. (2008), *Medialingvistika: sistemnyi podkhod k izucheniyu yazyka SMI: sovremennaya angliiskaya mediarech'* [Medialinguistics: a systematic approach to learning the language of the media: modern English media speech], Flinta: Nauka, Moscow, RUS.
6. Alevizaki, O.R., Aleksandrova, I.B., Kara-Murza, Ye.S. and Slavkin, V.V. (2021), "News media narrative in the VKontakte social network: discursive features", *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika*, no. 3, pp. 74–101. DOI: 10.30547/vestnik.journ.3.2021.74101.
7. Kellner, D. (2009), "Media spectacle and media events: some critical reflections", *Media Events in a Global Age*, Routledge, London; NY, USA, pp. 76–92.
8. Negryshev, A.A. (2012), "Interpretation of Reality in News Media: Some Approaches at the Composition Level", *Mediascope*, no. 2, available at: <http://www.mediascope.ru/node/1071> (accessed 10.12.2021).
9. "News. Central region" (2021), *YouTube*, 01.08.2021, available at: <https://www.youtube.com/watch?v=adjSSVzhjeU> (accessed 10.10.2021).

10. "Zone X. Results of the week" (2021), *YouTube*, 02.04.2021, available at: <https://www.youtube.com/watch?v=H1A8kX7eZjk> (accessed 10.10.2021).
11. Caillois, R. (2007), *Les jeux et les hommes: essais de sociologie de la culture*, Transl. by Zenkin, S.N., Moscow, OGI, RUS.
12. "Your city" (2018), *Belteleradiocompany*, 21.01.2018, available at: <https://www.tvr.by/videogallery/informatsionno-analiticheskie/tvoy-gorod/> (accessed 10.10.2021).
13. "Around the planet" (2016), *Belteleradiocompany*, 14.06.2016, available at: <https://www.tvr.by/videogallery/informatsionno-analiticheskie/vokrug-planety/> (accessed 10.10.2021).
14. "Your city" (2020), *Belteleradiocompany*, 21.06.2020, available at: <https://www.tvr.by/videogallery/informatsionno-analiticheskie/tvoy-gorod/> (accessed 10.10.2021).
15. "Your city" (2019), *Belteleradiocompany*, 21.01.2019, available at: <https://www.tvr.by/videogallery/informatsionno-analiticheskie/tvoy-gorod/> (accessed 10.10.2021).
16. L. Sprague de Camp (2008), *H.P. Lovecraft. A Biography*, Transl. by Popov, D.V., SPb., Amphora, RUS.
17. "Around the planet" (2021), *Belteleradiocompany*, 15.08.2021, available at: <https://www.tvr.by/videogallery/informatsionno-analiticheskie/vokrug-planety/> (accessed 10.10.2021).
18. "Zone X" (2020), *Belteleradiocompany*, 13.03.2020, available at: <https://www.tvr.by/videogallery/informatsionno-analiticheskie/zona-x/> (accessed 10.10.2021).

Information about the author.

Marina A. Gladko – Can. Sci. (Philology) (2009), Docent (2010), Associate Professor at the Department of Speechology and Communication Theory, Minsk State Linguistic University, 21 Zakharova str., Minsk 220034, Belarus. The author of more than 100 scientific publications. Area of expertise: media communication, television discourse, radio discourse, persuasion.

*No conflicts of interest related to this publication were reported.
Received 24.12.2021; adopted after review 26.01.2022; published online 22.11.2022.*