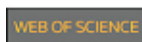




Гладко М. А. Метафора как инструмент реализации рекреативной функции в информационном теледискурсе / М. А. Гладко // Научный диалог. — 2022. — Т. 11. — № 3. — С. 211—227. — DOI: 10.24224/2227-1295-2022-11-3-211-227.

Gladko, M. A. (2022). Metaphor as Tool for Implementation of Recreational Function in Information Television Discourse. *Nauchnyi dialog*, 11(3): 211-227. DOI: 10.24224/2227-1295-2022-11-3-211-227. (In Russ.).



Журнал включен в Перечень ВАК

DOI: 10.24224/2227-1295-2022-11-3-211-227

Метафора как инструмент реализации рекреативной функции в информационном теледискурсе

Гладко Марина Александровна
orcid.org/0000-0002-5268-960X
кандидат филологических наук, доцент,
кафедра речеведения
и теории коммуникации
glad_26@tut.by

Минский государственный
лингвистический университет
(Минск, Беларусь)

Metaphor as Tool for Implementation of Recreational Function in Information Television Discourse

Marina A. Gladko
orcid.org/0000-0002-5268-960X
PhD in Philology, Associate Professor,
Department of Speech Science
and Communication Theory
glad_26@tut.by

Minsk State
Linguistic University
(Minsk, Belarus)

© Гладко М. А., 2022

ОРИГИНАЛЬНЫЕ СТАТЬИ

Аннотация:

Анализируются особенности реализации рекреативной функции посредством метафорической лексики в информационном теледискурсе. Выявлены средства номинации нескольких метафор, сопряженных со сферами искусства и культуры. Рассматривается также метафора волшебства, поскольку ее использование в информационном дискурсе основано на обязательном эмоциональном контакте со зрителем. Автор утверждает, что такие метафоры реализуют рекреативную функцию, которая сводится к комплексу функций: гедонистической, создания определенного эмоционально-психологического тона, релаксационной, эскапистской. Выявлено, что метафоры со сферами-источниками «Художественно-образные формы освоения мира» в силу яркости и эмоционального потенциала создаваемых ими образов конструируют знаковые для определенного момента события или явления за счет фиксации внимания адресата на их зрелищных характеристиках. Установлены фреймово-слотовые структуры, представляющие события социальной значимости, из жизни города как спектакля; захватывающее, полное разнообразных красок зрелище и др. Отмечается, что мастерство профессионалов в различных областях в необычных образах призвано моделировать определенное впечатление, отвлечение (эскапизм) от повседневности, наполненной трудностями и не всегда успешным преодолением преград. Выявлены ключевые единицы с анализируемыми сферами-источниками, формирующие пространство информационных текстов телевидения.

Ключевые слова:

телевизионный дискурс; информационный дискурс; рекреативная функция; метафора; искусство; волшебство.

ORIGINAL ARTICLES

Abstract:

The features of the implementation of the recreational function through metaphorical vocabulary in the information television discourse are analyzed. The means of nomination of several metaphors associated with art and culture. The metaphor of magic is also considered, since its use in informational discourse is based on an indispensable emotional contact with the viewer, designed to evoke an impression. The author argues that such metaphors realize a recreational function, which is reduced to a complex of functions: hedonistic, creating a certain emotional and psychological tone, relaxation, escapist. It was revealed that metaphors with source spheres "Artistic and figurative forms of mastering the world", due to the brightness and emotional potential of the images they create, construct significant events or phenomena for a certain moment by fixing the addressee's attention on their spectacular characteristics. Frame-slot structures, representing events of social significance, from the life of the city as a performance; breathtaking, full of various colors spectacle, etc. are established. It is noted that the skill of professionals in various fields in unusual images is designed to simulate an impression, a distraction (escapism) from everyday life, filled with difficulties and not always successful overcoming obstacles. The key units with the analyzed spheres-sources, which form the space of television information texts, are identified.

Key words:

television discourse; information discourse; recreational function; metaphor; art; magic.

Метафора как инструмент реализации рекреативной функции в информационном теледискурсе

© Гладко М. А., 2022

1. Введение = Introduction

Современное телевидение демонстрирует все более широкую реализацию рекреативных возможностей телевидения. Их представленность в телепространстве настолько значима, насколько важен для человека досуг в условиях больших нервных перегрузок, нелегкого труда. Исследователи называют следующие функции массмедиа: удовольствие, уход от реальности, редукции тревоги, реализация которых дает возможность аудитории забыть о проблемах и напряжении реальной жизни и получить удовольствие в вымышленном мире [Брайант, 2004, с. 44—52; Николаева, 2010, с. 58]. Телевидение предлагает, таким образом, легкий и доступный способ реализации рекреативной функции [Hartmann, 2012, с. 173], которая нацелена на создание условий для отдыха, развлечения, снятие напряжения, продуцирование удовольствия, психологической разрядки.

Конвергенция различных типов медиадискурса (развлекательный, рекламный, информационный, познавательный) диктует особые условия использования языковых инструментов. Вовлечение в речевой арсенал телевизионного текста языковых явлений, реализующих рекреативную функцию, стало ощутимой стратегией. Одним из таких средств является метафора. В ряде случаев она становится источником особенного и неповторимого художественного, эмоционального наслаждения, которое доставляет зрителю, стремящемуся отдохнуть и / либо скрыться в иллюзорном мире. Таким образом, информационные тексты представляют не меньший, чем публицистические жанры и медиатексты развлекательной и досуговой тематик, интерес для изучения потенциала и способов экспликации рекреативной функции, что обуславливает актуальность настоящей работы.

Несмотря на довольно обширный массив литературы, посвященной информационному дискурсу, фокус исследовательского внимания находится на развлекательном / игровом аспекте. Так, анализируются особенности языковой игры [Негрышев; Ширяева, 2014], реализации комического [Панченко, 2005], коммуникативных стратегий презентационного характера, игры с реальностью [Олянич, 2004; Сметанина, 2002]. Однако, при всем тематическом и проблемном разнообразии работ, вопросы метафоризации и языковой экспликации рекреативной функции в информаци-

онном дискурсе не освещены, что позволяет обосновать новизну предпринятого исследования.

2. Материал, методы, обзор = Material, Methods, Review

Цель данного исследования — выявление наиболее частотных метафорических единиц, реализующих рекреативную функцию в информационном теледискурсе. В качестве материала исследования выбраны 300 текстов — репрезентантов информационного теледискурса. Анализируемые медиатексты разнообразны по тематической направленности (социально-политические, общественные, экономические, культурные события), жанровой специфике (репортаж, новостная заметка, новость с комментариями экспертов, интервью, жизненная история).

В работе использовались традиционные общенаучные методы, такие как описание и классификация языкового материала, обобщение и наблюдение, целевая выборка, а также лингвистические методы: описательно-аналитический, контекстуальный, семантический анализа текста. Обобщение данных позволило выявить наиболее частотные метафоры, реализующие рекреативную функцию.

Телевизионный дискурс представляет собой особую сконструированную реальность. Намеренно отобранные события, объекты действительности, образы которых проходят перед глазами зрителей; реальные люди, предстающие в качестве актеров с заданными режиссером (журналистом) ролями; переживающая, восхищающаяся, негодующая аудитория зрителей, которые смотрят спектакль на голубом экране с целью отдохнуть, развлечься, убежать от собственных забот в мир грез и иллюзий. Из рядового события телевидение конструирует спектакль [Kellner, 2009, с. 3]. Отображение действительности в телевизионном информационном дискурсе, по меткому выражению Н. А. Хренова, «сопровождается активизацией зрелищной стихии» [Хренов, 2006, с. 56], оно основано на неременном эмоциональном контакте со зрителем, призвано пробуждать впечатление.

Рекреативная функция телевизионного дискурса сводится к комплексу функций: развлекательной, досуговой, эскапистской, создания определенного эмоционально-психологического тона, релаксационной [Федотова, 2014, с. 48]. И. Д. Фомичева выделяет функцию психического регулирования, подчеркивая, что психическое регулирование включает не только воздействие на психоэмоциональный тонус людей, формирование настроений и чувств [Фомичева, 1987, с. 70]. Эти эффекты достигаются через влияние содержания, форм подачи, приоритетов в отборе контента, дизайна и т. д. [Ammassari, 1988, с. 50; Федотова, 2014, с. 45]. При этом СМИ реализуют рекреативную функцию в соответствии со своими стратегическими целями.

Речь идет о том, какого вектора настроения аудитории стремится добиться коммуникатор, активизирует ли автор сообщения положительную или негативную социальную активность, стремление к изоляции (эскапизм), состояние страха и т. д. [Фомичева, 2007, с. 46]. С. Г. Корконосенко выделяет отдельную группу функций, объединенных понятием психологической разрядки. К ней исследователь относит развлечение и релаксацию, гедонистическую функцию. При этом гедонистическая функция не сводится исключительно к развлечению. Как полагает автор, ее содержание намного богаче. Так, зритель получает удовольствие от оформления телевизионной студии, манеры ведущего произносить слова или блистательной игры ума в полемической публикации [Корконосенко, 2001, с. 193].

Мы обратимся к особенностям реализации рекреативной функции некоторых метафор на материале информационного теледискурса. Обращение именно к этому виду медиадискурса требует некоторых пояснений. В целом рекреативная функция наиболее свойственна развлекательным и художественно-публицистическим жанрам, насыщенным игровым / зрелищным / юмористическим / досуговым контентом [Hartman, 2012, с. 172; Николаева, 2010, с. 60], обладающим высокой степенью эмоционально-образного воздействия, игровых форм подачи информации. В свою очередь, семантический аспект информационного теледискурса определяется установкой высказывания на «объективность» [Allan, 2004, с. 22]. Ключевое лингвистическое качество информационного текста — «прямая соотнесенность с референциальной составляющей означаемого, минимально искаженное коннотационными помехами» отображение предмета [Ширяева, 2014, с. 199]. Вместе с тем смещение содержательных предпочтений зрителя в сторону рекреативных тематик вызвало формирование инфотейнмента как особого типа информации, который отличается занимательная, развлекательная подача событий. Информационный дискурс в некоторой степени теснит представление последних известий и комментариев в сторону рекреативных элементов.

Стремление сочетать серьезное и рекреативное в информационном дискурсе объективируется в активном вкраплении *метафор*. Являясь источником когнитивного освоения реальности, они также позволяют эстетизировать текстовое пространство, моделировать удовольствие и, кроме того, помогают выделить главную мысль и акцентировать внимание зрителей на теме сообщения. По мнению Х. Ортега-и-Гассет, «метафора нужна нам не только для того, чтобы, благодаря полученному наименованию, сделать нашу мысль доступной для других людей; она необходима нам самим для того, чтобы объект стал доступен нашей мысли» [Ортега-и-Гассет]. Н. Д. Арутюнова, В. Н. Телия отмечали, что метафора — «это изобразительное переосмысление “обычного” наименования» [Телия, 1988, с. 131]. Будучи одним из клю-

чевых языковых средств, призванных формировать образ, информационную модель представляемого СМИ объекта, метафора участвует в развитии социального самосознания [Соловьева, 2013, с. 177], выражает социокультурные ориентиры. Ей присущи эпистемологический и онтологический аспекты, которые позволяют описывать, интерпретировать, оценивать действительность и выражать к ней личное отношение [Лонская, 2021, с. 2690].

Концепция метафорического моделирования действительности активно вербализуется в информационном дискурсе. Метафора используется с целью воздействия на мнения и решения адресата, на эмоциональную атмосферу, настроения в обществе; для того, чтобы «вызывать интерес к своим выражениям» [Будаев и др., 2006, с. 3]. Телевидение с момента своего появления стало сценой для спектакля, покровителем общества спектакля. Зрители, затаив дыхание, наблюдают за неожиданными, интригующими и захватывающими поворотами увлекательного спектакля на экране. Сценой становятся весь мир и действительность, невидимый режиссер (журналист) вовлекает зрителя в конструируемый мир образов и иллюзий, актеры спускаются со сцены в зал. Речь идет о сознательном стирании грани между жизнью и спектаклем, о придании самой жизни черт карнавала, условности и зыбкости [Кара-Мурза, 2009, с. 22]. Представлению событий действительности способствуют метафоры, отсылающие сознание зрителя к сфере искусства, необычности и волшебства. Использование таких метафор определяется ярким концептуальным вектором картинности, театральности, зрелищности действительности, что во многом способствует реализации рекреативной функции.

В исследовании мы придерживаемся методики анализа метафоры, согласно которой метафорическая модель имеет фреймо-слововую организацию. Фрейм понимается как «фрагмент наивной языковой картины мира» [Чудинов, 2001, с. 132], слот — «элементы ситуации, которые составляют какую-то часть фрейма, какой-то аспект его конкретизации» [Чудинов, 2001, с. 132].

3. Результаты и обсуждение = Results and Discussion

3.1. Метафора в информационном теледискурсе

Современный информационный теледискурс нацелен не только на передачу происходящего, но во многом на то, чтобы волновать и захватывать зрителя, реализуя рекреативную функцию. За основу классификации таких метафор взято основание *сфера-источник*. Реализации рекреативной функции способствует проникновение в информационный дискурс метафор, сопряженных со сферами искусства и культуры: театра, музыки, изобразительного искусства, — а также метафоры волшебства (табл. 1):

Таблица 1

Сферы-источники метафор и их языковая экспликация
в информационном теледискурсе

Сферы-источники		Лексические единицы/сочетания
Сфера-источник «Волшебство»		<i>сказка, волшебство (волшебный), магия, приоткрыть завесу тайны, раскрыть секреты, совершить путешествие в прошлое, осуществить волшебную сказку, окунуться в атмосферу волшебства, шабаш, превращается, оживить, телепортироваться</i>
Сфера-источник «Художественно-образные формы освоения мира»:		
	субсфера-источник «Театр»	<i>декорации, генеральный прогон, премьера, предпраздничное закулирье, сцена действий, приоткрыть занавес, за кулисами, игра</i>
	субсфера-источник «Музыка»	<i>гамма, музыкальные атрибуты, музыка, песня, звук, мелодия, заиграть, петь, клавиши, рояль, флейта</i>
	субсфера-источник «Изобразительное искусство»	<i>картина, холст, мольберт, краски, акварель, панно, скульптура</i>

Можно говорить об участии метафор этих сфер-источников в представлении всех сфер экономической, общественно-политической и культурной жизни. Набор сфер-источников невелик, но вместе с тем их использование призвано эстетизировать текстовое пространство, в определенной степени провоцировать эстетическое удовольствие, пробуждать удивление в силу неожиданности их применения в чуждой предметной сфере.

Г. Дебор отмечал, что общество спектакля — это «вечное настоящее», которое достигается посредством нескончаемой череды сообщений, идущей «по кругу от одной банальности к другой, но представленных с такой страстью, будто речь идет о важнейшем событии» [Дебор, 1999, с. 44]. Метафоры, в силу яркости и эмоционального потенциала создаваемых ими образов, конструируют знаковые для определенного момента событие, объект или явление. Последние помещаются в фокус внимания зрителя, иначе они не были бы замеченными. Так, строительство домов, административных зданий или цветочное оформление города — события довольно повседневные, частные. В телевизионном тексте они превращаются в запоминающиеся, социумные за счет фиксации внимания адресата на их зрелищных характеристиках: *160 тысяч будет введено для граждан,*

нуждающихся в улучшении жилищных условий, в том числе 45 000 для многодетных семей. В настоящий момент осуществляется застройка в районе улиц Алибегова. ... При этом все чаще невыразительные фасады становятся своеобразным **мольбертом** строителей («Твой город», 18.07.2017) [АА]. Визуальный ряд активно поддерживает, иллюстрирует метафорическое представление действительности. Крупный кадр фокусирует внимание зрителя на ярких, оформленных разнообразными узорами зданиях в различных районах города на фоне яркого солнечного света. Такое представление городского пространства напоминает мольберт, на который нанесены яркие, красочные иллюстрации. Соответственно, новостное сообщение трансформируется из собственно фактуального в зрелищное, призванное доставлять эстетическое, эмоциональное наслаждение. Вкрапления вербальной и невербальной визуальности как средств продуцирования и распространения образов конструируют из обыденных фактов яркое зрелище. Информационное сообщение, помимо непосредственной соотнесенности с референциальной составляющей означаемого, направлено на моделирование удовольствия, релаксации и т. д.

Рассмотрим специфику функционирования выделенных метафор в информационном теледискурсе более подробно.

3.2. Театральная метафора в информационном теледискурсе

Метафоры сферы-источника «Художественно-образные формы освоения мира» оказывают влияние на текстовые репрезентации информационного дискурса, охватывают разнообразные аспекты экономической и общественной жизни. Это объясняется прагматическим эффектом, который, по мнению А. В. Олянич, заключается в 1) яркой визуализации образов, заслоняющей информационную составляющую дискурса; 2) транспонировании такого качества, как условность, на информационное пространство, с учетом того, что тем самым предоставляется возможность манипуляции общественным мнением; 3) диверсифицировании коммуникативного пространства за счет введения мощного воздействующего компонента иллюзии [Олянич, 2004, с. 24].

Метафорические конструкции организуют оболочку для представления различных событий в информационном дискурсе: экономических, социальных на уровне страны, региона, города. Театральность, картинность событий имеет тенденцию подчеркиваться метафорами субсферы-источника «Театр». Структура метафорической модели «события в городе / стране — это театр» задается структурой семантического поля *театр*. Представим эту модель как фреймовую структуру, в которую входят фреймы: «Театрально-постановочный процесс», «Элементы театрального

здания». Их репрезентанты используются для создания ярких образов, которые облачают ординарные события и объекты реальности в красивую упаковку. Лексические, фразеологические единицы, входящие в выделенные фреймы, преимущественно представлены типичным набором мультиплицируемой в различных информационных текстах общеизвестной театральной лексики: *сюжет, генеральный прогон, премьера, спектакль*.

Образы, репрезентирующие фрейм «Театрально-постановочный процесс», прослеживаются в текстах, посвященных наиболее актуальным событиям социальной важности, городской жизни, сферы транспорта. Например: *Генеральный прогон. Новая ветка метро проходит тест-драйв. ... Плюс три сотни новых автобусов и семьдесят пять современных троллейбусов. В столице обновляют транспортный парк, а заодно готовятся к масштабной премьере. ... Уже осенью откроют четыре станции Минского метро* («Твой город», 02.08.20) [AA]. Вкрапления, провоцирующие ассоциации значимых событий, аспектов жизни с театром, акцентируют их судьбоносность, масштабность и зрелищность. Визуализация смысла, транслируемого театральной метафорой, реализуется за счет презентации здания метрополитена, где кипит работа строителей, тестируется движение поезда. Крупноплановые кадры художественно-эстетического оформления станции, сияющей серебристой палитры ее интерьера вызывают ассоциации с фойе театра, в котором зрители ожидают начала спектакля. Соответственно, театральная метафора в сочетании с видеорядом дает зрителям возможность принимать происходящее на экране за спектакль, зрелищное мероприятие, предназначение которого — услаждать, удивлять и радовать публику.

Как заметил Г. Дебор, наблюдателя общества спектакля терзает мания подглядывания [Дебор, 1999, с. 56]. Театр, спектакль, в частности, — это подглядывание за жизнью. Информационный теледискурс дает возможность зрителю подсмотреть за жизнью других, соединяя мир реальный, с возможной неудовлетворенностью им, с миром идеальным. В итоге неудовлетворенность, которая присутствует в мире материальном, компенсируется [Юшкова, 2020, с. 140] в мире на экране.

Идея подглядывания особенно явно отражена в жанрах *интервью*, героями которого становятся известные личности — политики, спортсмены, люди из области культуры, а также *репортаж* об истории вещи / объекта действительности. В телевизионном сообщении, реализующем идею подглядывания за созданием вещи, работой профессионалов, театральная метафора активно реализуется через фрейм «Элементы театрального здания». Наиболее яркими маркерами становятся лексические единицы, эксплицирующие слоты: «Предметы, закрывающие сцену от зрительного зала»: *закулисы, кулисы, занавес*; «Действия с предметами, закрывающи-

ми сцену»: *приоткрыть занавес, открыть завесу*. Использование этой группы лексики объясняется отсылкой к параллельному миру / сфере, скрытому (за сценой) от глаз большинства людей. Так, репортаж о готовности столичных торговых объектов к новогодней продаже оживляется «подглядыванием» за тем, как и из каких материалов собирается новогодняя елка, изготавливаются игрушки и гирлянды, в каких условиях работают специалисты, участвующие в этих процессах. Вербальное оформление подводки приглашает зрителя заглянуть в скрытую от всеобщих глаз зону: *Предпраздничное закулисье в твоём городе. В этом отделе, сюда покупатели никогда не заглядывают, тоже кипит работа* («Твой город», 19.11.17) [АА]. Лексические единицы, подчеркивающие скрытность, подсматривание за закрытой от зрителей жизнью зрелищного мероприятия: *не заглядывают, приоткрыть (занавес), заглянуть (за кулисы)*, — позволяют автору увлекательно подать информацию, активируют любознательность зрителя: *Заглянем за кулисы и попробуем приоткрыть занавес этого события* («Твой город», 04.03.2018) [Там же]. Соответственно, театральная метафора используется как инструмент рекреативности, дающий зрителю возможность отдохнуть от собственных переживаний, повседневных забот, наблюдая за жизнью, процессами, деятельностью других. Доминирует мотив использования метафоризации в качестве средства привлечения внимания к событиям действительности.

3.3. Метафоры сферы изобразительного искусства в информационном теледискурсе

Метафоры, сопряженные со сферой изобразительного искусства, являются наиболее вариативными в плане выражения в информационном теледискурсе. В основном они используются для создания ярких образов и выражения эстетической оценки. Вместе с тем важной функцией метафор сферы-источника «Изобразительное искусство» является функция распространения смыслов, значимых для определенного времени. Активную роль в конструировании этих смыслов выполняют метафоризированное словореферент *искусство* и фрейм «Изобразительная деятельность»: *создать образ, скульптурная точность, изобразить в красках, запечатлеть*. Так, описываемые объекты, созданные человеком (город, клумбы, парки); события действительности отождествляются с захватывающим, увлекательным зрелищем, праздником. При этом метафоры нацелены на акцентирование идеи мастерства специалистов, в руках которых разнообразные объекты становятся искусством: *Цветы в руках столичных озеленителей превращаются в искусство. ... А вот поддерживать модные стрижки кустарников помогают мастера топиарного искусства. Именно вот та-*

кие топиарные фигуры являются одним из символов Минска. ... Лилии и рельефы требуют **скульптурной точности**. А для этого нужен профессионализм и постоянная тренировка («Твой город», 18.07.2017) [Там же].

Метафорическая репрезентация действительности, представляющая ее объекты как продукты искусства, в информационном дискурсе реализуется фреймами «Материалы / инструменты» и «Продукты материального воплощения искусства». Их лексемы-репрезентанты: *холст, краски, акварель; мольберт, панно, картина, скульптура (из деревьев)* — служат акцентированию идей декоративности, картинности городского пространства, а также высокого мастерства специалистов. Так, метафора изобразительного искусства, имея чувственную природу, в текстовом континууме помогает запечатлеть красоту, зрелищность города или страны, их эстетическую ценность: *На Партизанском проспекте выросли молодые деревья из цветов. Кстати, **красочные панно** украшают не только главные магистрали, но и въезды в город и транспортные развязки. ... Дополняют **образ** и зеленые насаждения* («Твой город», 21.06.20) [Там же].

Городское пространство представлено сочетаниями метафор сферы источника «Изобразительное искусство» и экспликаторов различных модусов перцепции. Среди последних преобладает лексико-семантическая группа «зрительных слов» — лексемы с семантикой «цвет» и «яркость»: ***Красные, желтые, белые, фиолетовые. Цветы в руках столичных озеленителей превращаются в краски. А на природном холсте рождаются целые картины. ... Яркость красок в твоём городе*** («Твой город», 21.06.20) [Там же]. Живописность объемного впечатления в целом, а именно: изобразительная метафора, интенсивность и светоносность цвета, цветовые пятна-точки — способствует репрезентации многообразия красок, красоты впечатляющих ландшафтов страны, городских и природных объектов как аксиологически значимых компонентов ценностной картины мира. В привычных для зрителя городском, природном пространствах метафора изобразительного искусства открывает нечто новое, заставляющее адресата по-иному взглянуть на социальное пространство. Вербальное воплощение метафоры интенсифицируется видеорядом (кадры цветочных украшений, живописные пейзажи зеленых зон, золотистые поля с агрокультурами). Эти коды в комбинации с музыкальным сопровождением (легкая, приятная музыка) нацелены на усиление рекреативной функции текста.

3.4. Музыкальная метафора в информационном теледискурсе

Рекреативность явно прослеживается в случаях яркого и креативного обыгрывания смыслов посредством языковых единиц, эксплицирующих музыкальную метафору. Музыкальная метафора привлекается для описа-

ния преимущественно музыкальных мероприятий. Доминантные маркеры метафоризации представлены существительным-номинантом *музыка*, лексемами фреймов, передающих метафорическое изображение: «Продукты исполнения» (*песня, звук, мелодия*), «Создание или воспроизведение музыки» (*заиграть, петь*). Метафорические изображения имеют преимущественно эмотивную направленность, создаются для переноса имеющегося у аудитории эмоционального отношения «к понятию-источнику на понятие, которое концептуализируется метафорическим значением слова» [Чудинов, 2001, с. 78]: *На мажорной ноте. Столичные энтузиасты собрали интерактивную коллекцию музыки* («Твой город», 21.06.20) [AA]. Музыкальная метафора *на мажорной ноте*, задающая тональность репортажу, позволяет сфокусировать внимание зрителя на характеристиках события, которые призваны оказывать прежде всего значимый эмоциональный эффект. «Мажорной» (*радостный, приподнято-веселый*) оказывается выставка необычных музыкальных инструментов, посещение которой должно зарядить зрителя позитивным настроением.

В целом метафорические конструкции сферы-источника «Музыка» служат акцентуации особого ракурса презентации действительности — эстетизации и зрелищности, что способствует реализации рекреативности в информационном телепространстве.

3.5. Метафора волшебства в информационном теледискурсе

Широко используются метафоры, по происхождению связанные с лексико-семантическим полем «Волшебство». В этом случае делается ставка на детское восприятие посредством апелляции к необычности формы, волшебным действиям, ярким фантастичным образам. Наиболее типична такая метафора для информационных текстов, сообщающих о достижениях спортсменов, представителей различных профессий в соревнованиях, конкурсах. Рассказывая о человеке, журналист наделяет героя репортажа сверхъестественными свойствами и возможностями. Распространенными метафоризированными лексемами, транслирующими идею волшебства, выступают слово-номинант *волшебство*, репрезентанты фрейма «Действия и процессы, связанные с волшебством». Лексические единицы, маркирующие магические действия и процессы: *превратить, оживить, телепортироваться, магия* — позволяют автору сообщения дать оценку действительности, представить определенную, развивающуюся по особым законам реальность. Так, белорусские специалисты неизменно улучшают, то есть трансформируют (превращают) различные объекты действительности в лучшие, которыми жители могут гордиться. В результате зритель погружается в мир беззаботного, почти сказочного существования, где

процессы, объекты действительности легко трансформируются, превращаются, оживают: *Приручить энергию ветра. Акватория Минского моря на время превратилась в соревновательную площадку для юных спортсменов* («Твой город», 02.08.20) [AA].

Метафоризированные единицы наделены образно-экспрессивной окраской в сочетании с аффективностью (легкие чувства и оттенки чувств удовольствия [Юнг, 1924]), что представляется довольно неожиданным при описании серьезных, знаковых для страны мероприятий или событий. Призванные моделировать эмоции, эстетическое удовольствие, такие вкрапления выполняют рекреативную функцию.

Вкрапления метафоры волшебства могут сопровождать описание подготовки к праздничным мероприятиям: *Город постепенно окунается в атмосферу волшебства. Разноцветные гирлянды, нарядные витрины, на улицах даже постепенно вырастают елки* («Твой город», 09.11.17) [AA]. Образность и эмоциональная окрашенность метафоры, ассоциации, которые она вызывает, нацелены на пробуждение воображения зрителя, формирование гедонистического эффекта.

Метафора волшебства зачастую помогает автору моделировать яркий образ человека-профессионала в определенной области: *остановили время, унесли на другой конец света, оживили*. При этом акцентируются профессиональные возможности специалиста, образно переосмысляемые как позволяющие оказывать сверхъестественное воздействие: *В своем объекте они остановили время. Столичные фотографы входят в топ 50 лучших фотохудожников мира* («Успеть до полуночи», 13.04.21) [Там же]. Характерно, что номинации профессий при отсутствии авторизации (имен специалистов) генерализируют высказывание, транспонируя трудовые победы на всех представителей конкретной профессии. В целом метафоризированные лексические единицы семантики волшебства, создавая яркий образ, ориентированы на формирование эстетического и эмоционального удовольствия, что способствует реализации рекреативной функции медиатекста. Зрелищность необычных образов, идея сверхъестественного действия в реальности призваны моделировать определенное впечатление, отвлечение от повседневности (эскапизм), наполненной трудностями и не всегда успешным преодолением преград.

4. Заключение = Conclusions

Реализуя идею общества спектакля, коммуникативное пространство информационного дискурса зачастую предполагает трансформацию темы / информации (например, участие столичных фотографов в международном профессиональном конкурсе, строительство новых жилых домов

и т. д.) в ряд захватывающих и ярких визуализаций, картин-изображений с помощью метафор сферы искусства, метафоры волшебства. Они в силу яркости, часто необычности и эмоционального потенциала создаваемых ими образов служат релаксации, отдыху, которые сменяют интеллектуальное напряжение при восприятии «серьезной», фактуальной информации. Одновременно с этим они трансформируют рядовые, обыденные и, возможно, непривлекательные для многих зрителей факты и события в знаковые, значимые.

Помимо создания ярких образов, облачающих ординарные события и объекты реальности в красивую, зрелищную упаковку, эти метафоры служат передаче определенной идеи в удобной для восприятия форме. Они вносят в текстовый континуум определенные мировоззренческие смыслы путем моделирования нужного ракурса восприятия действительности или интерпретации реальности. Метафоры волшебства, изобразительного искусства в информационном дискурсе служат акцентированию идеи высокого мастерства специалистов, а также эстетизации и зрелищности, призваны культивировать повышенную чувствительность зрителя, заряжать эстетическим оптимизмом. Театральная метафора дает зрителям возможность принимать происходящее на экране за спектакль, зрелищное мероприятие, предназначение которого — услаждать, удивлять и радовать публику. Кроме того, театральная метафора реализует идею подглядывания, дает возможность зрителю подсмотреть за жизнью других.

В целом лингвокогнитивный план информационного дискурса нацелен на формирование определенной ценностной картины мира и ракурса восприятия действительности — радость жизни и легкость ее восприятия; красочная и яркая многообразная жизнь.

Литература

1. *Брайант Дж.* Основы воздействия СМИ / Дж. Брайант, С. Томпсон. — Москва : Вильямс, 2004. — 432 с. — ISBN 5-8459-0597-4.
2. *Будаев Э. В.* Метафора в политическом интердискурсе : монография / Э. В. Будаев, А. П. Чудинов. — Екатеринбург : Уральский государственный педагогический университет, 2006. — 215 с. — ISBN 5718601658.
3. *Дебор Ги.* Общество спектакля / Ги Дебор. — Москва : Логос, 1999. — 183 с. — ISBN 978-5-86020-319-8.
4. *Кара-Мурза С. Г.* На пороге «оранжевой» революции / С. Г. Кара-Мурза, А. А. Александров, М. Мурашкин, С. Телегин, 2009. — 192 с. — ISBN 978-5-907024-69-4. — Режим доступа : <https://bookap.info/psywar/orangrev/> (дата обращения 01.09.2021).
5. *Корконосенко С. Г.* Основы журналистики / С. Г. Корконосенко. — Москва : Аспект пресс, 2001. — 284 с. — ISBN 5-7567-0158-3.
6. *Лонская А. Ю.* Метафора в политическом дискурсе российских печатных СМИ как инструмент вербализации лингвокультурных реалий (1991—2008 гг.) / А. Ю. Лон-

ская // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — 2021. — Т. 14 — № 9. — С. 2689—2694. — DOI: 10.30853/phil210462.

7. Негрышев А. А. Языковая игра в СМИ : текстообразующие механизмы и дискурсивные функции (на материале газетных новостей) [Электронный ресурс] / А. А. Негрышев. — Режим доступа : <http://www.my-luni.ru/journal/clauses/98> (дата обращения 09.01.2022).

8. Николаева А. А. Гибридность как определяющий признак телевизионного формата / А. А. Новикова // Вестник МГУ. Серия 10. — 2010. — № 6. — С. 56—65.

9. Олянич А. В. Презентационная теория дискурса : автореферат диссертации ... доктора филологических наук : 10.02.19 / А. В. Олянич. — Волгоград, 2004. — 43 с.

10. Ортега-и-Гассет Х. Две главные метафоры [Электронный ресурс] / Хосе Ортега-и-Гассет. — Режим доступа : <http://www.lib.ru/FILOSOF/ORTEGA/ortega11.txt> (дата обращения 13.01.2022).

11. Панченко Н. Н. Лингвистическая реализация комического в английском новостном дискурсе : автореферат диссертации ... кандидата филологических наук : 10.02.04 / Н. Н. Панченко. — Иркутск, 2005. — 22 с.

12. Сметанина С. И. Медиа-текст в системе культуры. Динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века / С. И. Сметанина. — Санкт-Петербург : Издательство Михайлова В. А., 2002. — 384 с. — ISBN 5-8016-0174-0.

13. Соловьева А. С. Вербальная реализация социоморфной метафоры со сферой-мишенью “Евросоюз” в британских СМИ / А. С. Соловьева // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — 2013. — № 4—2 (22). — С. 177—179.

14. Телия В. Н. Вторичная номинация и её виды / В. Н. Телия // Метафора в языке и тексте. — Москва : Наука, 1988. — С. 129—221. — ISBN 5-02-010889-8.

15. Федотова Н. А. Рекреативные функции СМИ : учеб.-метод. Комплекс / Н. А. Федотова. — Минск : БГУ, 2014. — 106 с. — ISBN 978-985-566-087-4.

16. Федотова Н. А. Рекреативные функции СМИ : идеологический и политический контекст / Н. А. Федотова // Вестник Челябинского государственного университета. Серия : Философия. Искусствоведение. — 2015. — Выпуск 94. — № 5 (360). — С. 414—420.

17. Фомичева И. Д. Печать, телевидение и радио в жизни советского человека / И. Д. Фомичева. — Москва : Издательство МГУ, 1987. — 167 с.

18. Фомичева И. Д. Социология СМИ / И. Д. Фомичева. — Москва : Аспект Пресс, 2007. — 335 с. — ISBN 978 5-7609-1425-5.

19. Хренов Н. А. Зрелища в эпоху восстановления масс / Н. А. Хренов. — Москва : Наука, 2006. — 646 с. — ISBN 5-02-033887-7.

20. Цветова Н. С. Медиа́текст в свете практической эстетики [Электронный ресурс] / Н. С. Цветова // Медиа́лингвистика. — 2017. — № 4 (19). — С. 18—26.

21. Чудинов А. П. Россия в метафорическом зеркале : когнитивное исследование политической метафоры / А. П. Чудинов. — Екатеринбург : Уральский государственный педагогический университет, 2001. — 238 с. — ISBN 5-7186-0277-8.

22. Ширяева О. В. Специфика информационного медиадискурса : (на материале деловой прессы) / О. В. Ширяева // Известия ЮФУ. Филологические науки. — 2014. — № 4. — С. 197—203.

23. Юшкова Н. А. Подглядывание — необходимая потребность в жизни человека и общества / Н. А. Юшкова // Грамота. — 2020. — Том 13. — Выпуск 6. — С. 138—141. — DOI: 10.30853/manuscript.2020.6.26.

24. Allan S. News Culture / S. Allan. — Open University Press : Buckingham, 2004. — 235 p. — ISBN 9780335235650.

25. Ammassari E. Leisure and the Mass Media / E. Ammassari // World Leisure and Recreation. — 1988. — Vol. 29. — № 1. — P. 50.

26. Hartmann T. Media Entertainment as a Result of Recreation and Psychological Growth / T. Hartmann // Encyclopedia of Media Studies. — 2012. — P. 173. — DOI: 10.1002/9781444361506.WBIEMS112.

27. Kellner D. Media spectacle and media events : some critical reflections / D. Kellner // Media Events in a Global Age. — Imprint Routledge, 2009. — 16 p. — ISBN 9780203872604.

References

- Allan, S. (2004). *News Culture*. Open University Press: Buckingham. 235 p. ISBN 9780335235650.
- Ammassari, E. (1988). Leisure and the Mass Media. *World Leisure and Recreation*, 29 (1): P. 50.
- Bryant, J., Thompson, S. (2004). *Fundamentals of media impact*. Moscow: Williams. 432 p. ISBN 5-8459-0597-4. (In Russ.).
- Budaev, E. V., Chudinov, A. P. (2006). *Metaphor in political interdiscourse: monograph*. Yekaterinburg: Ural State Pedagogical University. 215 p. ISBN 5718601658. (In Russ.).
- Chudinov, A. P. (2001). *Russia in a metaphorical mirror: a cognitive study of political metaphor*. Yekaterinburg: Ural State Pedagogical University. 238 p. ISBN 5-7186-0277-8. (In Russ.).
- Deborah Guy. (1999). *Performance Society*. Moscow: Logos. 183 p. ISBN 978-5-86020-319-8. (In Russ.).
- Fedotova, N. A. (2014). *Recreational functions of the media: studies.- method. Complex*. Minsk: BSU. 106 p. ISBN 978-985-566-087-4. (In Russ.).
- Fedotova, N. A. (2015). Recreational functions of mass media: ideological and political context. *Bulletin of Chelyabinsk State University. Series: Philosophy. Art history*, 94 / 5 (360): 414—420. (In Russ.).
- Fomicheva, I. D. (1987). *Print, television and radio in the life of a Soviet man*. Moscow: Publishing House of Moscow State University. 167 p. (In Russ.).
- Fomicheva, I. D. (2007). *Sociology of mass media*. Moscow: Aspect Press. 335 p. ISBN 978 5-7609-1425-5. (In Russ.).
- Hartmann, T. (2012). Media Entertainment as a Result of Recreation and Psychological Growth. *Encyclopedia of Media Studies*. P. 173. DOI: 10.1002/9781444361506.WBIEMS112.
- Kara-Murza, S. G., Alexandrov, A. A., Murashkin, M., Telegin, S. (2009). *On the threshold of the "orange" revolution*. 192 p. ISBN 978-5-907024-69-4. Available at: <https://bookap.info/psywar/orangrev/> (accessed 01.09.2021). (In Russ.).
- Kellner, D. (2009). Media spectacle and media events: some critical reflections. *Media Events in a Global Age*. Imprint Routledge. 16 p. ISBN 9780203872604.
- Khrenov, N. A. (2006). *Spectacles in the era of the uprising of the masses*. Moscow: Nauka. 646 p. ISBN 5-02-033887-7. (In Russ.).
- Korkonosenko, S. G. (2001). *Fundamentals of journalism*. Moscow: Aspect Press. 284 p. ISBN 5-7567-0158-3. (In Russ.).
- Lonskaya, A. Yu. (2021). Metaphor in the political discourse of Russian print media as a tool for verbalization of linguistic and cultural realities (1991—2008). *Philological Sciences. Questions of theory and practice*, 14 (9): 2689—2694. DOI: 10.30853/phil210462. (In Russ.).



- Negryshev, A. A. *Language game in the media: text-forming mechanisms and discursive functions (based on newspaper news)*. Available at: <http://www.my-luni.ru/journal/cloauses/98> (accessed 09.01.2022). (In Russ.).
- Nikolaeva, A. A. (2010). Hybridity as a defining feature of the television format. *Bulletin of Moscow State University. Series 10*, 6: 56—65. (In Russ.).
- Olyanich, A. V. (2004). *Presentation theory of discourse*. Author's abstract of Doct. Diss. Volgograd. 43 p. (In Russ.).
- Ortega y Gasset H. *Two main metaphors*. Available at: <http://www.lib.ru/FILOSOOF/ORTEGA/ortega11.txt> (accessed 13.01.2022). (In Russ.).
- Panchenko, N. N. (2005). *Linguistic realization of the comic in English news discourse*. Author's abstract of PhD Diss. Irkutsk. 22 p. (In Russ.).
- Shiryayeva, O. V. (2014). Specifics of information media discourse: (based on the material of the business press). *News of the SFU. Philological sciences*, 4: 197—203. (In Russ.).
- Smetanina, S. I. (2002). *Media text in the system of culture. Dynamic processes in the language and style of journalism of the late XX century*. St. Petersburg: Mikhailov V. A. Publishing House. 384 p. ISBN 5-8016-0174-0. (In Russ.).
- Solovyova, A. S. (2013). Verbal realization of a sociomorphic metaphor with a target sphere “The European Union” in the British media. *Philological Sciences. Questions of theory and practice*, 4—2 (22): 177—179. (In Russ.).
- Telia, V. N. (1988). Secondary nomination and its types. *Metaphor in language and text*. Moscow: Nauka. 129—221. ISBN 5-02-010889-8. (In Russ.).
- Tsvetova, N. S. (2017). Mediatext in the light of practical aesthetics. *Media linguistics*, 4 (19): 18—26. Available at: <https://medialing.ru/mediatekst-v-svete-prakticheskoy-ehstetiki> (accessed 27.01.2022). (In Russ.).
- Yushkova, N. A. (2020). Peeping is a necessary need in the life of a person and society. *Diploma*, 13 (6): 138—141. DOI:10.30853/manuscript.2020.6.26. (In Russ.).

Статья поступила в редакцию 27.11.2021,
одобрена после рецензирования 23.03.2022,
подготовлена к публикации 15.04.2022.