

М. А. Гладко

СЕМИОТИЧЕСКИЙ ПОРТРЕТ СОВРЕМЕННОЙ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИИ

Коммуникативное пространство телевидения является динамической средой, представленной совокупностью коммуникативных медиаопосредованных ситуаций/практик, объективированных в телевизионных и радиотекстах, обеспечивающих конструирование реальности через коммуникативное взаимодействие социальных субъектов. Телевидение как аудиовизуальный канал формирует единую коммуникативную среду взаимодействия коммуникантов и вместе с тем определяют функциональную направленность, средства коммуникации, состав, языковые особенности передаваемых сообщений.

Для современного телевидения Беларуси характерен расширенный состав и функционал его антропоцентра – коммуникантов. Расширение функционала адресанта обусловлено сменой типовой для передач XX – начала XXI в. роли Транслятора знаний, Инструктора на коммуникативно-регулятивные речевые маски в телекоммуникации; речевые маски Человек из народа, Условный эксперт, Чувствительный, Откровенный в радиокоммуникации.

Общий вектор развития современного коммуникативного телепространства заключается в усилении функциональной ориентации на воздействие через информирование и рекреативизацию, не ограниченную только развлечением, на эмоционально регулятивный характер коммуникации (с активностью эмотивной функции языка). Телекоммуникация демонстрирует интенсивность фатической и эмотивной функций языка, о чем свидетельствует частотность средств, воплощающих фатический, развлекательно-гедонистический тип взаимодействия коммуникантов в студии и с адресатом (разговорные единицы, эмотивная лексика, модальные слова, выражающие несогласие, отрицание и т. д. в во всех кластерах), создания эмоционально-чувственной среды экспликации личностных смыслов (лексико-морфологические манифестанты «новой искренности» и т. д.).

Анализ информационного кластера позволил выявить тематические доминанты, которые представляют собой медиамаркеры белорусской культуры, мультиплицируемые в телекоммуникации «Беларусь», «Беларусь – страны мира», «Наши люди». Текстовая модель доминанты «Наши» наполняется языковыми экспликаторами ценностных доминант: концептуальных (например, «любовь к делу», «любовь к Родине»); стратегических сценариев («трудная жизнь – покорение вершин»). Их функциями являются ценностноформирующая, этноконсолидирующая, регулятивная (формирование и корректировка моделей поведения), национальной идентификации, формирования позитивного отношения; воспитательная в радиокоммуникации. Стержневые ценностные диады и триады манифестируются лексикой с

семантикой обучения, эмоциональными лексемами, передающими психоэмоциональное состояние, сенсорной лексикой, глаголами с семантикой объединения, защиты, лексическими кластерами с семантикой преодоления, результативности и т. п.

В информационном кластере телевидения наблюдается усиление рекреативного вектора коммуникации. В ненапряженный период событийно-содержательный аспект теледискурса поддерживается за счет тематических доминант рекреативности (например, *Эксперимент*, *Истории спасения*), дискурсивных схем, отражающих взаимодействие рекреативных тематических доминант с серьезными темами, стратегий рекреативности (спектаклизации, «замочной скважины», праздничного миромоделирования). Категория рекреативности организует теледискурс не только с целью рекреативизации, но также нацелена на трансформацию темы/информации в ряд визуализаций, вербальных и невербальных картин-изображений, которые в силу эмоционально-чувственного, эстетического ракурса создаваемых образов конструируют знаковые для определенного момента события/факты, вносят в текстовый континуум определенные мировоззренческие, ценностно значимые смыслы (уважение к стране и ее гражданам, труду, семье; красочность, праздничность жизни и т. д.).

В кризисный период в целях создания единой коммуникативной среды, в которой осуществляется информирование, моделирование и корректировка реальности, синхронизацию общественных настроений призваны осуществлять коммуникативные стратегии формирования эмоциональной атмосферы общества (*солидарности, моделирования оптимизма, формирования ощущения безопасности*), а также стратегии «новой искренности», дискурсопорождающие сценарии («Защита», «Оказание помощи/поддержки» и т. д.).

Коммуникативное телепространство расширяется за счет одного из наиболее ценных ресурсов – знания, объективируемого в познавательный медиадискурс (теле- и радио), который представляет собой гипердискурс. Жанрово-тематическая конструкция познавательного теледискурса демонстрирует востребованность следующих познавательных тематических доминант: досуговых, витальных, культурно-значимых ценностно нагруженных краеведческих (например, «история», «достижения страны»); консультативно-инструктивных, информативных, аттрактивных познавательных жанров. Познавательный теледискурс характеризуется специфическими иллюстративно-инструктивными жанрами, разнообразием рекреативных фокусов – эмоционально-чувственный (сенсорный), мистический и т. д. Их прагматические функции – формирование позитивного отношения к объекту высказывания, убеждающего воздействия, социально-стабилизирующая, регулятивная. Семантическая структура (*проблема – обсуждение – решение*) и языковое наполнение (местоименно-глагольные формы множественного числа, кооперативная, перцептивная лексика, глагольные формы с семантикой контроля, превентивности, заботы и т. д.) обеспечивают конструирование теледискурса как регулятора настроений и эмоций. Маркерами

мистического рекреативного фокуса являются лексические репрезентанты концепта «тайна», словесные комплексы, акцентирующие невозможность объяснения события, его вневременность, лексика выведывания информации.

Структурообразующими элементами познавательного текста телевидения являются стратегии речевых масок и категория игры. Стратегии развлекательных, статусных, коммуникативно-регулятивных речевых масок выполняют консолидирующую, терапевтическую, гедонистическую функции. В их экспликации участвуют пейоративы и мелиоративы, неопределенные местоимения, дисфемистические обозначения, аксиологемы, кооперативная лексика, императивные глагольные формы и т. п.

Категория игры организует познавательный текст в телекоммуникации посредством внешнего (эксплицируется на уровне макроструктуры, с помощью стратегий игры с реальностью и игровых трансформаций сюжета, их языковых средств) и внутреннего (отбор фактов и персонажей) коммуникативного слоя; в радиокоммуникации – посредством внешнего слоя (игровые модели монтажа функционально разновекторных речевых отрезков, жанрового монтажа, лично ориентированных и социально ориентированных тематических блоков). В тексте телевидения языковыми репрезентантами игры являются лексические единицы с семантикой борьбы, результативности, преобразования и т. п.; тропы, транслирующие идеи препятствия, трудностей, монтаж лексики детективного, мистического, научного дискурсов и т. п.

Эмоционально-гедонистический вектор развертывания развлекательного теледискурса задается моделями взаимодействия ведущего и адресата – эмоционально настраивающей и интерактивной в телекоммуникации. Эмоционально настраивающая модель конструируется стратегиями речевых масок Доброжелатель, Друг; приватно-личностная – стратегиями «новой искренности», что ориентирует дискурс на соответствие запросам на эмоционально-фатическую, лично ориентированную коммуникацию, не только развлекательную.