

СТРАТЕГИЯ МОДЕЛИРОВАНИЯ ОПТИМИЗМА В КРИЗИСНОМ ТЕЛЕДИСКУРСЕ

STRATEGY OF OPTIMISM IN CRISIS TV DISCOURSE

М.А. Гладко

М.А. Gladko

Минский государственный лингвистический университет,
Минск, Беларусь, *mgladko29@gmail.com*
Minsk State Linguistic University,
Minsk, Belarus, *mgladko29@gmail.com*

Коммуникация в ситуации кризиса имеет жизненно важное значение для здоровья и безопасности населения. Кризисный теледискурс приобретает наиважнейшее значение в обеспечении стабильности в обществе. Цель статьи – выявление особенностей лингвистической репрезентации стратегии моделирования оптимизма как одной из важнейших антикризисных медиастратегий, формирующих позитивную эмоциональную атмосферу общества.

Ключевые слова: теледискурс; кризис; коммуникативная стратегия; тактика; оптимизм.

Communication in a crisis is vital to public health and safety. Crisis television discourse is of paramount importance in ensuring stability in society. The purpose of the article is to identify the features of the linguistic representation of the optimism modeling strategy as one of the most important anti-crisis media strategies that form a positive emotional atmosphere in society.

Keywords: TV discourse; communicative strategy; tactics; optimism.

В последние годы все более актуальной становится необходимость рассмотрения роли дискурса кризисных ситуаций и установления лингвистических и экстралингвистических особенностей их регулирования. В широком понимании кризисные ситуации определяются как ситуации, осложняющие жизнь общества в определенный период времени [1, с. 4]. В более узкой трактовке это «природные и техногенные бедствия и катастрофы, проблемы социального и гуманитарного характера, экономические и политические трудности и т. д.» [1, с. 7].

Результат смыслового пересечения понятийных полей дискурса и кризиса (кризисной ситуации) объективируется в *кризисный дискурс*, который определяется как «совокупность коммуникативных практик, имеющих вербальный и невербальный характер, интегрированных по такому проблемному основанию, как отношение к кризисным явлениям и характерных для определенного социального сообщества» [2, с. 136-137].

Проявления кризиса находят отражение в телепространстве. Кризисный теледискурс приобретает значимую роль в обеспечении стабильности в обществе, поскольку кризис воспринимается людьми как ситуация неопределенности, неудовлетворенности, растерянности, утраты контроля над социальными процессами и возможности планировать свое будущее [3, с. 138]. По мере развития информационно-коммуникативных технологий телевидение задействует разнообразные инструменты воздействия на многомиллионную аудиторию. Целью данной статьи является выявление особенностей лингвистической репрезентации стратегии моделирования оптимизма как одной из важнейших антикризисных медиастратегий, формирующих позитивную эмоциональную атмосферу общества. Корпус исследуемых текстов (300 сообщений) представлен информационными и информационно-аналитическими жанрами.

Стратегия *оптимизма* реализуется посредством тактик *демонстрации готовности к противостоянию, личной истории, демонстрации достигнутых результатов*.

Позитивное мышление в теледискурсе в различных жанрах активируется за счет сообщений или размышлений позитивного содержания, описания благоприятных событий и успехов социальных институтов, отдельных людей. Тактика *демонстрации достигнутых результатов* нацелена на формирование позитивных переживаний: *Получена собственная белорусская вакцина, ее премьеру ожидаем в 2023. Но есть и сразу несколько хороших новостей. Уже сейчас, во-первых, препарат проходит клинические испытания* («Контурсы», 8.11.2021). Маркерами достижений в борьбе с кризисом становятся глагольные лексемы со значением развития, донативные глаголы *получить, приобретать*, прилагательные: *значимый, существенный, важный*, объединенные в кластер с существенными: *рост, развитие, достижения*.

«Моральный дух», т.е. «способность побеждать, справляться с неприятными или опасными ситуациями» призваны поддерживать тактики *демонстрации готовности к противостоянию трудностям, личной истории*.

Тактика *демонстрации готовности к противостоянию трудностям*, кризису выражается идеей подготовки или готовности к предстоящим или текущим трудностям, например, *Невзирая на компанию первой волны, при второй запаса прочности системы хватит. ... У нас есть в руках очень хорошая профилактика* («Наши новости», 19.10.2021). Доминантными маркерами тактики являются лексемы: *готовность, профилактика, подготовлены* в окружении позитивной оценочной лексики; военной метафоры *вооружены, на обороне находятся*.

В случае необходимости активизации действий общества или демонстрации активной деятельности государства медиатекст конструируется посредством такой важной структурной единицы телевизионного текста, как *паратекст*. Его лексическими доминантами становятся лексемы борьбы, военная метафора: *борьба, оружие, щит, выиграть, проиграть*; лексика со значением избегания, степени напряженности: *Беларусь готова противостоять четвертой волне covid-19* («Наши новости», 19.10.2021); *Щит от вируса* («Главный эфир», 28.03.2021); *COVID-19: ИЗБЕЖАТЬ ТРЕТЬЕЙ ВОЛНЫ* («Наши новости», 07.02.2021).

Тактика *личной истории* фокусируется на успешных жизненных ситуациях, аксиологический сценарий которых конструируется по схеме ‘проблема – счастливое/благополучное завершение’. В таком случае стратегия формирования напряженности сменяется стратегией оптимизма.

Значимую роль в формировании позитивных ощущений выполняет видеоряд. Пейзажные локации (парк, цветочное оформление), крупный план декоративных элементов (например, осенняя красочная природа) вовлекают зрителя, нацелены на продуцирование «параллельных/parallel» эмоциональных реакций, «воспроизводящих, эмоцию объекта наблюдения» [4, с. 40].

Так, начало следующей истории молодого человека печальна, однако завершается она успешно – его выздоровлением: *20-летний Илья тоже так познакомился с ковидом, в первый раз, во второй повезло меньше. Кашлял очень сильно, было очень плохо, задыхался, давление очень высокое и плохо себя чувствовал* («Контурсы», 10.10.2021).

Фоном интервью является парк, крупный передний план зеленых насаждений, монумента писателя Я. Купалы. В целом речевой фрагмент представляет собой семиотически рассогласованный блок, где вербальный компонент по аспектам содержания (фактуальной информации) и тональности не соответствует видеоряду. Его прагматическое назначение – выдвигать определенный аксиологический смысл (забота о своем здоровье с тем, чтобы наслаждаться жизнью) и эмоциональные обертоны (отрицательный и положительный, оптимистичный). Вместе с тем такие блоки нацеливают адресата не пассивно отдаваться потоку впечатлений, а действовать, т.е. выполняют стимулирующую функцию.

Установлению со стороны адресанта определенного контроля в процессе формирования ментально-эмоционального образа ситуации, события, определению оптимистичного вектора его моделирования способствует селекция визуальных элементов. Невербальными маркерами текстового уровня, моделирующими оптимистичное отношение к дей-

ствительности, являются визуальные коды – *визуальные фреймы*. На основе положений когнитивной лингвистики определим визуальный фрейм как видеоряд, построенный на основе структуры данных определенного образа, содержащего минимально возможное описание сущности какого-либо объекта, явления или события, ситуации. При этом визуальный фрейм неизменно представляет собой структуру данных (образ) для демонстрации повторяемой ситуации или события. В телевизионном тексте выделим следующие визуальный фреймы, мультиплицируемые в информационном пространстве в целях формирования положительной оптимистичной эмоциональной атмосферы общества: *здравоохранение, лечение* (разнообразные медицинские препараты, оборудование, множество медиков в больницах и поликлиниках, выздоровевшие довольные, улыбающиеся пациенты); *наслаждение жизнью* (цветочные, парковые или лесные локации, украшения, например, воздушные шары в больницах); *активная повседневная, деловая жизнь* (спешащие по своим делам люди, активное движение на улицах, проспектах города, работающее оборудование фабрик, заводов). Так, новостное сообщение о мерах правительства по поддержке экономики в кризисный период сопровождается кадрами улыбающихся людей, спешащих на работу, посещающих магазины: *Правительство приняло план поддержки экономики, предусмотрено освобождение бизнес от штрафов за первые допущенные и не умышленные нарушения, существенная помощь оказывается как минимум в части расширения кредитования ... предусмотрены меры локального характера для поддержки промышленности, строительной отрасли, сельского хозяйства ... предусмотрена и поддержка населения* («Наши новости ОНТ», 07.04.2022). Визуальный фрейм структурирует внимание зрителя к различным фрагментам события или факта, направляет восприятие в сторону того или иного умозаключения, которое выражается или может быть не выражено в тексте вербально. В приведенном эпизоде это имплицуемая идея ‘жизнь продолжается, активность не снижается, не смотря на внешние угрозы’.

Велика роль таких невербальных семиотических элементов, как музыка, различного рода звуки в формировании позитивного восприятия событий, управлении вниманием зрителя. Музыкальные акценты осуществляются на определенных смысловых компонентах, которые с точки зрения автора важны для воздействия на адресата. Музыкальное оформление не только моделирует напряжение (при описании негативных обстоятельств и последствий события), динамизм или энтузиазм (в случае положительного, счастливого разрешения проблемной ситуации), но также обозначает границы между смысловыми, разнополярны-

ми по эмоциональной шкале фрагментами сообщения. Смена напряженной, мрачной музыки на воодушевляющую, приятную, спокойную ли динамичную призвана вселять оптимизм, веру в то, что все происходит к лучшему, любые трагические события обязательно закончатся хорошо.

Таким образом, стратегия моделирования оптимизма является важнейшим инструментом формирования эмоциональной атмосферы в травмирующей ситуации, так как становится активирующим механизмом нивелирования страха и паники в обществе.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Пильгун Е. В. Семантика и прагматика кризисного дискурса : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19. Минск, 2019.
2. Кризисный дискурс Энциклопедия «Дискурсология» С. 136-139 с. 136-137
3. Kołtan J. Afterword: What Solidarity of the Future? // Solidarity and the Crisis of Trust. Gdansk, 2016.
4. Юрнов М. Ю. Эмоциональная атмосфера общества как объект политологического исследования: постановка проблемы. М.: ГУ ВШЭ, 2007.

ДАСЛЕДАВАННЕ ЗАПАЗЫЧВАННЯ Ў МЕЖАХ ЭКАЛІНГВІСТЫЧНАГА ПАДЫХОДУ

THE STUDY OF BORROWING IN THE CONTEXT OF ECOLINGUISTICS

М.У. Гуль

М. U. Hul

Брэсцкі дзяржаўны ўніверсітэт імя А. С. Пушкіна,
Брэст, Беларусь, *boxformail35@mail.ru*
Brest State A. S. Pushkin University,
Brest, Belarus, *boxformail35@mail.ru*

У артыкуле разглядаецца сутнасць моўнай экалогіі (экалінгвістыкі) і яе асноўныя прынцыпы. Запазычванне разумеецца ў шырокім кантэксце моўнай інтэрферэнцыі (згодна з У. Вайнрайхам). Абгрунтоўваецца неабходнасць вывучэння працэсу запазычвання ў межах экалінгвістычнага падыходу.

Ключавыя словы: запазычванне; маўленне; мова; моўны кантакт; экалінгвістыка.

The article dwells on the essence of language ecology (ecolinguistics) and its basic principles. Borrowing is understood in the context of language interference (according to U. Weinreich). The necessity of studying the process of borrowing within the framework of ecolinguistics is asserted.

Keywords: borrowing; speech; language; language contact; ecolinguistics.