

ЭКСПРЕССИВИЗАЦИЯ СОВРЕМЕННОГО СПОРТИВНОГО ДИСКУРСА В ПРОСТРАНСТВЕ МАССМЕДИЙНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Спортивный дискурс на сегодняшний день является, можно полагать, наиболее экспрессивным и эмоциональным, при этом одним из наименее изученных массмедийным дискурсивным образцом. Отсутствие исчерпывающих работ, касающихся спортивной риторики, анализа средств прагматического фокусирования, коммуникативных тактик спортивного репортажа, комментария, интервью, а также компаративных исследований экспрессивно-оценочного вербального «инструментария» спортивного журналиста в разных лингвокультурах наделяют любое исследование в данной области как теоретической, так и практической значимостью и актуальностью.

Материалом исследования послужили русскоязычные тексты спортивных репортажей, интервью и комментариев за период 2014 – 2017 гг., посвященные различным видам спорта (биатлон, футбол, хоккей, теннис, керлинг, фигурное катание, конькобежный спорт, автоспорт и т. д.). В работе использовались следующие **методы исследования**: контекстуально-семантический анализ, метод направленной выборки, методы классификации и моделирования, статистический анализ, сравнительно-сопоставительный метод.

В последние десятилетия наблюдается активизация научного интереса к разнообразным дискурсивным практикам и теориям, к моделированию дискурса, стратегиям и тактикам дискурсивной коммуникации. Особое внимание традиционно приковано к типологии дискурсивных образцов, абсолютное большинство из которых сегодня функционируют в массмедийном пространстве. Не исключением является и спортивный дискурс (СД). Тенденцию повышенного интереса учёных к СД можно объяснить растущей популяризацией спорта как особой сферы человеческой деятельности, культурного феномена и социального института, а также тем, что именно спортивный дискурс на сегодняшний день является, можно полагать, одним из наименее изученных, но наиболее экспрессивных и эмоциональных массмедийных дискурсивных образцов.

СД, функционируя исключительно в рамках медийного дискурса, срачивается с ним, что ведёт к сходству выполняемых ими функций (информативная, образовательная, развлекательная, воздействующая, идеологическая, рекламная) и присущих им характеристик (доступность, достоверность, информационная насыщенность изложения). Однако наиболее значимой чертой СД видится его повышенная экспрессивность и

эмоциональность, что достигается благодаря использованию широчайшего арсенала стилистических средств, наиболее часто эксплуатируемыми среди которых являются такие единицы вторичной номинации, как метафоры, аллюзии и сленгизмы, в основе которых лежит ассоциативная природа мышления человека.

В процессе вторичной номинации имеет место эксплуатация уже имеющихся в языке номинативных средств в новой для них функции наречения. Все единицы вторичной номинации строятся либо посредством добавления к уже имеющимся языковым единицам различного рода морфем, либо путём метафорического и метонимического переосмысления.

Одной из ключевых тенденций, наблюдаемых сегодня в пространстве СД, является его активная метафоризация, заключающаяся в активном проникновении метафор в материалы спортивной тематики. Как и другие тропы, спортивная метафора придает особую выразительность высказыванию и благодаря колоритным отсылочным образам «создает яркие, зрительные представления, вызывает устойчивые или нетипичные ассоциации, несет мощный положительный или отрицательный заряд, тем самым формируя в соответствии с интенцией автора текста отношение к предмету сообщения» [Кириллова, 2011: 12].

Для образования метафоры необходимо наличие отсылочного образа и объекта метафорического сравнения, с помощью которых и формируется метафорическая характеристика. При формировании спортивной метафоры используются три сферы экспансии образов: мир живой и неживой природы (*природные метафоры*), человек в его физическом и социальном существовании (*антропологические и прототипические метафоры*) и мир артефактов (*артефактные метафоры*). Особой моделью является *фразеологическая метафора*, при построении которой используются все три сферы экспансии образов.

Природными предлагаем именовать метафоры, содержащие проекцию на объекты как живой, так и неживой природы. В качестве объектов живой природы выступают: а) **зоонимы** (*взлетела ханты-мансийская бабочка*); б) **фитонимы** (*в сумасшедшей сентябрьско-октябрьской гонке «зубры» смотрятся огурцами*); в) **флоронимы** (*вот теперь эту гору, как настоящий эдельвейс, преодолевает Фуркад*). Отсылочными образами из сферы неживой природы выступают: а) **природные явления** (*Габриэла Соукалова – чешский тайфун*); б) **природные объекты** (*Грайс – потухшая комета*).

Весьма репрезентативной моделью метафоры является *антропологическая*, при формировании которой имеет место апеллирование к: а) **физическим свойствам и действиям человека** (*Шипулин с аппетитом*

«скушал» Свендсена; атака соперника захлебнулась в зародыше); б) **типичным образцам социальных практик** (действия и отношения людей из не спортивной сферы деятельности: военной, медицинской, религиозной, экономической, культурной и т.д.) (*Смоллинг проводил мяч, как девушку, прямо до подъезда; дедушке [Бьорндалену] тяжело бороться на нескольких фронтах*).

Особого внимания заслуживает **прототипическая метафора**, при построении которой имеет место проекция на различного рода прототипические образы, среди которых предлагаем выделить три группы:

1) **аллюзивные антропонимы** – имена собственные, представляющие собой: а) **аллюзию** – отсылку к историческому, политическому, экономическому событию, литературному, кинематографическому или музыкальному произведению (*ну Юрлова просто огонь, жар-птица*); б) **мифонимы и теонимы** – имена героев мифов, легенд, сказок, имена богов (древнегреческих и древнеримских) (*В субботу прошёл матч титанов*);

2) **символические фигуры определенного статуса и социальной роли**, среди которых выделяются названия: а) **профессий** (*Данкли, как кавалерист, убегает от Слепцовой*); б) **монарших титулов** (*пока Шипулин не перестает быть этим князем серебряным и принцем бронзовым*); в) **почетных званий** (*«Милан» – это команда ветеранов*); г) **членов семьи**: (*42-летний дедушка мирового биатлона*);

3) **прецедентные имена** – имена известных людей, образ которых хорошо известен представителям данной лингвокультуры; к таковым предлагаем отнести имена: а) **спортсменов** (*Чепелин не Мартен Фуркад, который живёт на пьедестале почёта*); б) **политических и исторических деятелей** (*Владимир Ильич мирового биатлона, Карл Маркс*); в) **деятели культуры и искусств** (*Дорен-Абер – Эдит Пиаф мирового биатлона, Мирей Матье зимних видов спорта*).

Часто эксплуатируемыми образами метафорического описания спортивного противостояния являются **артефактные метафоры**, основанные на использовании в качестве отсылочных образов объектов, созданных человеком, – артефактов. Как нами было установлено, в рамках данной модели в качестве групп отсылочных образов выступают: а) **названия технических механизмов** (*Фуркад как утюг продолжает гладить эту трассу*); б) **хрематонимы** – названия предметов быта и орудий труда (*временами Кришто напоминал решето*); в) **порейонимы** – названия транспортных средств: карабонимы, наутонимы, каронимы (имена судов, лодок, кораблей, катеров, а также иных транспортных средств) (*норвежский рыжий кораблик штурмует бастионы третьего рубежа*).

В качестве отдельной структурной модели спортивных метафор мы выделили **фразеологические метафоры**, строящиеся на основе паремических единиц. Под паремиями в нашем исследовании предлагаем понимать различного рода устойчивые сочетания, являющиеся объектами вторичной номинации, носящие ассоциативный характер (фразеологизмы, пословицы, поговорки, речевые клише, афоризмы). Метафоры данной модели, как выявил наш анализ, могут строиться на основе: а) паремических единиц в исходной форме (*Зигфрид Мазе захотел **оставить** Мартена Фуркада на бобах; Фуркад может **сушить** весла после такой стрельбы*); б) паремических дериватов для эффекта языковой игры (***вот вам, бабушка, и сочинский биатлонный день*** (оригинал: вот тебе, бабушка, и Юрьев день); ***не Борисовом единым богата** наша высшая лига* (оригинал: не хлебом единым жив человек)).

Можно утверждать, что спортивная метафора обладает не только безграничным коммуникативно-экспрессивным потенциалом, но и функциональной значимостью, о чём свидетельствует её активная эксплуатация для передачи самых различных характеристик спортивного противостояния:

1) **физических возможностей спортсменов**: ***вихрь** из страны тысячи озер – Макарайнен; Фуркад подустал, он ведь тоже не **iron man***;

2) **ожесточенности борьбы и сурового соперничества в конкретном спортивном противостоянии**: *дышат в затылок голодные **крокодилы** в лице Грайса и Бьорндалена; сегодня гонка обещает быть **валидольной***;

3) **особой результативности спортсмена в данном соревновании**: *Домрачева идет так, как будто **бутерброд** маслом намазывает, и еще икорка сверху; в этой биатлонной симфонии композитором, автором партитуры, **Моцартом** был Антон Шипулин, **Паганини** мирового биатлона*;

4) **характеристики прохождения гонки**: *там конкурирующие конторы пытаются **свести дебет с кредитом**; здесь уже **Ваньку валял** на финише Гарьей Бе*;

5) **акцентирования внимания на значимости атлета в данном виде спорта**: *здесь еще не стареют душой и телом **ветераны** в лице Бьорндалена; но как сегодня Шипулин сражался, как сражался наш **Зевс***;

б) **динамики спортивной гонки / матча**: *Гараничев на лежке как **аптекарь** отработал; ну, **граф** Малышко сегодня действительно показывает тот ход, при котором можно бороться за результат*;

7) **описания внешнего вида спортсмена**: *Шлезингер – **настоящий Дед Мороз** с бородой*;

8) **характеристики спортивных неудач**: ***дёрнулась** было мишень, но*

дальше скорчила гримасу и недобро улыбнулась Фуркаду; Фак неудачно стреляет - Яша не артиллерист сегодня;

9) **описания физической готовности спортсмена:** *финская березонька проходит 2 штрафных круга; Шипулин идет уверенно, как ледокол;*

10) **характеристики работы спортивного снаряжения:** *немного «отпустило» лыжи.*

Таким образом, при формировании спортивных метафор отчетливо выделяются три области метафорической проекции: человек в его социальном бытии, мир артефактов и природа. Богатство и разнообразие арсенала объектов метафорического сравнения во всех трех эксплуатируемых сферах наделяют метафору неиссякаемой свежестью образов и модной неологией, что превращает ее в изящный и мощный инструмент формирования моделей социальной перцепции.

Как обнаруживает наше исследование, СД отличается высокой степенью прецедентной насыщенности, что воплощается в дискурсивной активности аллюзий. Выступающая одним из типов метафорического переноса на основе механизма ассоциирования (метафорическим оборотом речи), аллюзия представляется одним из самых изящных элементов образной выразительности в спортивной риторике. Источником аллюзивных образов может стать абсолютно любая сфера человеческой деятельности: культура во всем богатстве направлений её проявления (кино, литература, музыка): *будет неправильно утверждать, что в воскресенье в бой пошли одни старики; итак, друзья, ещё одно отнюдь не мимолётное виденье, а гений чистой красоты – лыжница Дениз Херрман; как ты ни крути, но мы не пара – фигуристы Базарова / Депутат объявили о распаде;* политика и экономика: *это еще один прекрасный повод не отдавать нам «Мистрали»;* история: *где-то внизу у финиша Нельсона ждет его Леди Гамильтон;* собственно спорт: *смотрите, футболисты московского «Спартака», как надо выигрывать (о победе биатлонистки Е. Юрьевой).*

Таким образом, будучи единицей вторичной номинации, в основе которой лежит апеллирование к экстралингвистическим пресуппозициям, аллюзия через реконструкцию в пространстве СД хорошо известного реципиенту образа привносит новые оценочные концепты и отношения к объекту или субъекту характеристики, побуждая читателя или слушателя погрузиться в пространство своих ассоциаций, воспоминаний, фоновых знаний и ощущений.

Декодификация медийной коммуникации как интенсивная эксплуатация всего арсенала разговорных форм речи (сленг, арго, просторечия, диалектные формы и т.д.) уже давно является одной из

наиболее значимых тенденций современного массмедийного дискурса; и наблюдается она во всех медийных дискурсивных образцах, в том числе спортивном. В рамках нашего исследования было рассмотрено функционирование сленговых единиц, которые всё активнее и интенсивнее проникают в речь спортивных журналистов.

Анализ экспериментального корпуса сленговых единиц, функционирующих в пространстве СД, позволил нам предложить следующую классификацию спортивного сленга:

а) сленг, функционирующий в рамках определенного вида спорта («*мусорный гол / шайба*» (футбол, хоккей: гол / шайба после добивания); «*Домрачева сделала ноль*» (биатлон: завершить стрельбу без промахов); «*распечатать ворота*» (футбол: забить мяч в ворота);

б) единицы речи, составляющие релевантный лексикон определенного вида спорта, но приобретающие статус сленга за счет их использования для оценки, неформальной номинации лиц / объектов или фамильярного обращения в другом виде спорта: («*Макарайнен все-таки догребла к берегу*» (при комментировании биатлонной гонки); «*Фехтуя одной ногой, он пытался делать передачу*» (при комментировании футбольного матча); «*Остон Мэттьюс оформил покер*» (при комментировании футбольного матча);

в) сленговые единицы, функционирующие во всех видах спорта («*разбазарить превосходство*»; «*сделать золотой дубль*»; «*предварилровка*»).

Будучи весьма выразительными и экспрессивными единицами вторичной номинации, в пространстве СД сленгизмы демонстрируют свою практически безграничную функциональность, о чём свидетельствует выполнение ими следующих функций: 1) коммуникативная: белорус *осторожно вкатился в гонку*; 2) номинативная: *девятка* – верхний угол ворот в футболе; 3) идентификационная, или объединяющая: *пляжник* – пляжный волейболист; 4) оценочно-характерологическая: *француз готовится слопать Вылегжанина*; 5) эмоционально-экспрессивная: *американец попёр по третьей дорожке*; 6) манипулятивная или воздействующая: *Бауэр похоронил Словению, не уложившись в восемь патронов*; 7) функция эстетизации СД: *околопъедесталье* – позиции, ниже третьей; 8) интерактивная: *пока мы их тут «курим», выражаясь интернет-сленгом, читатели бдят нам пеплом на голову*.

В то время как эксплуатация сленга в большинстве дискурсивных образцов рассматривается как серьезное нарушение речевого стандарта по причине эффекта фамильярности речи, экспансия сленга в СД не вызывает

реакции категоричного неприятия или отторжения. Это детерминировано коммуникативно-функциональной спецификой сленгизмов, которые в спортивной риторике предстают одним из ключевых элементов достижения повышенной экспрессивности и эмоциональности, создания эффекта сопричастности, соучастия, вовлеченности и сплоченности.

Таким образом, современный СД поистине является пространством накала спортивного противостояния и авантюризма, выступая, можно полагать, наиболее экспрессивным и эмоциональным массмедийным дискурс-образцом. Этому способствует активная эксплуатация метафорических оборотов речи в спортивной риторике, которые, воплощая богатство образных ассоциаций средств вторичной номинации, демонстрируют свой безграничный коммуникативный, образный и экспрессивный потенциал.

Литература

1. Кириллова Ю.Н. Спортивная концептуальная метафора в современном немецкоязычном дискурсе СМИ: Автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Ю.Н. Кириллова. - Барнаул, 2011. – 22 с.