

Марцинкевич И.П.

Функциональные характеристики спортивного дискурса

Проблемы языка в контексте современной научной парадигмы: материалы Международной научно-практической конференции «Кросс-культурная коммуникация и современные технологии в исследовании и преподавании языков», гуманитарный факультет БГУ, Минск/ М-во образования Респ. Беларусь, Белорус. гос. ун-т; редкол.: О.И. Уланович (отв. ред.) [и др.]. – Минск: Изд. центр БГУ, 2012. – С. 50-53.

Термин «дискурс» не имеет однозначной дефиниции и может принимать разные значения, в зависимости от того, какие аспекты его проявления хочет акцентировать автор. В последние годы употребление термина «дискурс» вышло за рамки науки и стало популярным в публицистике. Данное употребление сориентировано на выделении жанровых разновидностей дискурса, «задаваемых широким набором параметров: языковыми отличительными чертами, стилистической спецификой, а также спецификой тематики, систем убеждений, способов рассуждения и т.д.» [1]

Исследователи **спортивного дискурса** (А.Б. Зильберт, И.Е. Дубчак, О.А. Панкратова) выделяют следующий набор функциональных характеристик, выполняющих дискурсообразующую функцию:

1. концептуальная тематика («ментальная основа»);
2. неизоллированность в общем дискурсном пространстве;
3. массовость аудитории;
4. отсутствие полноценной обратной связи с адресатом;
5. взаимодействие вербальных и невербальных (иконических) средств [3, с. 23].

Основу **концептуальной тематики** («ментальности») составляют концептуальные доминанты. Концептуальной доминанты – это базовые, опорные, системообразующие концептуальные универсалии, определяющие специфику данного типа дискурса и задающие семантическое и коммуникативно-прагматическое своеобразие текстов, в которых происходит реализация названных концептуальных феноменов [2, с. 20].

Безусловной доминантой электронного спортивного дискурса является концепт «спорт», который в современной медийной картине мира представляет собой сложнейшую многоаспектную, полифункциональную концептуальную универсалию. «Спорт» может быть назван *концептосферой* – совокупностью концептов, непосредственно или опосредованно соотнесённых с соответствующим видом человеческой деятельности. В данную концептосферу можно отнести следующие концепты:

- *субъекты спортивной деятельности*: спортсмен, тренер, судья, болельщик, спортивный комментатор, спортивный чиновник и др.;
- *объекты*: стадион, корт, поле, площадка и др.;
- *атрибуты*: правила, регламенты, положения и др.;
- *действия*, характерных для спорта: игра, тренировка, соревнование, судейство и др.;
- *спортивные события*: чемпионат, олимпиада и др.

В этой концептосфере также выделяются концепты, эксплицирующие атрибутивные характеристики собственно спортивной деятельности как процесса или результата, а также её основных субъектов, но характеризующие их опосредованно. Например: *честность/бесчестие; патриотизм/отсутствие патриотизма; мужество, героизм,*

смелость/ трусость; свои/чужие; победа/поражение и др.

Концептуальная тематика – главный дискурсообразующий фактор, но, кроме того, это еще единственный подлинный идентификатор дискурсных разновидностей [4, с.191]. Тип дискурса, возможно определить, только вскрыв ментальную основу коммуникативного взаимодействия адресата и адресанта.

Вторая функциональная характеристика спортивного дискурса – это его **неизолированность**, которая связана с тем, что типы дискурсов соседствуют в общем дискурсивном пространстве, вступая во взаимодействие друг с другом.

Существует тесная связь спортивного дискурса с масс-медийным. В первую очередь спортивный дискурс модифицируют такие характеристики масс-медийного дискурса, как массовость аудитории, чередование стандарта и экспрессии, отсутствие полноценной «обратной связи» с адресатом.

Обычно утверждается, что речь СМИ адресована **массовой** анонимной рассредоточенной **аудитории**, представление о которой включает элемент собирательности, нерасчлененности. Однако это не вполне справедливо по отношению к спортивному дискурсу. Массового адресата можно разделить на несколько групп, причем их состав будет различен в случае с внутринациональными и межнациональными соревнованиями. В первом случае можно выделить несколько контрастных групп. Если речь идет, например, о результатах футбольного матча, то в них будут в основном заинтересованы болельщики команды *X* и противостоящей ей команды *Y*. В том случае, если в состязании участвует несколько спортсменов, каждый из которых представляет особую социальную группу (город, регион и т.п.), аудитория расчленяется на более мелкие сегменты – в соответствии с количеством участников.

Модель массового адресата новостей с межнациональных соревнований иная. В этом случае различия между противопоставленными во внутринациональном спортивном ландшафте «группировками» стираются: «объединенная» нация болеет за своего спортсмена или команду, а поэтому аудитория более однородна [Там же, с. 193]. Такое разделение на группы адресатов упрощает структуру массовой аудитории и влияет на речевое поведение адресанта: противопоставленность групп болельщиков на внутринациональном уровне приводит к отсутствию или импликации оценочности, однако не межнациональном такое табу не выдвигается.

Важной особенностью электронного спортивного дискурса является то, что в нем **нет полноценной «обратной связи»** с адресатом. Монологизм – одна из существенных проблем электронного или печатного спортивного дискурса, однако журналисты пытаются решить ее при помощи средств диалогизации. Во-первых, журналисты используют средства, служащие для выражения адресованности, во-вторых, – учитывают предполагаемые потребности и реакции адресата. Коммуникация с аудиторией реализуется при помощи особых тактик, которые могут выражаться разнообразными способами. К основным тактикам принадлежат: привлечение адресата к соразмышлению и активизация его внимания, диалог-самоконтроль, ответ на предполагаемый вопрос, электронное анкетирование, возможность оставить комментарий после прочитанного материала, а также удовлетворение информационных запросов аудитории и предупреждение возможного непонимания путем использования двух различных знаковых систем – вербальной и невербальной.

Взаимодействие вербальных и невербальных (иконических) средств во многом обуславливает композиционное устройство электронного спортивного дискурса и является его коммуникативно-прагматической характеристикой, обеспечивающей

наиболее благоприятные условия для восприятия и понимания текста адресатом, построения единого с ним коммуникативного пространства, привлечения его внимания и последующего удержания, координации и зачастую побуждения читателя к определенному действию.

Выше сказанное позволяет предложить следующее определение спортивного дискурса: **спортивный дискурс** – это разновидность национального языка, соотнесенная с такой социокультурной сферой, как спорт, а также речь, вербальная и невербальная, как трансляция спортивной «ментальности».

ЛИТЕРАТУРА

1. Кибрик, А.А. Дискурс [Электронный дискурс]. – Онлайн энциклопедия Кругосвет. – Режим доступа: http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/lingvistika/DISKURS.html. – Дата доступа: 24.09. 10
2. Малышева, Е.Г. Русский спортивный дискурс: теория и методология лингвокогнитивного исследования: автореф. дис. ... канд.филол.наук: 10.02.01 / Е.Г. Малышева. – Омск, 2011. – 47 с.
3. Снятков, К.В. Коммуникативно-прагматические характеристики телевизионного спортивного дискурса: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / К.В. Снятков. – Вологда, 2008. – 25 с.
4. Телевизионный спортивный дискурс: аспекты коммуникативно-прагматического анализа / К.В. Снятков // Изв. Рос. гос. пед. ун-та. – СПб., 2007. – № 14. – С. 189-194.