

ТЕЛЕВИЗИОННЫЙ СПОРТИВНЫЙ ДИСКУРС: АСПЕКТЫ КОММУНИКАТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

*Работа представлена кафедрой русского языка и общего языкознания
Череповецкого государственного университета.*

Научный руководитель – кандидат филологических наук, доцент Е. М. Иванова

В статье предлагаются и характеризуются аспекты коммуникативно-прагматического исследования спортивного дискурса: как «универсальные», т. е. актуальные для всех его разновидностей (идеологическая основа, негерметичность, пресуппозиция), так и те, наличие которых предопределено спецификой телевизионной речи (массовость аудитории, монологизм и отсутствие полноценной обратной связи с адресатом, simultaneity; жанровый репертуар).

The article offers some aspects of the communicative and pragmatic analysis of the sports discourse: the «universal» aspects, relevant for all its varieties (ideologic basis, interaction with other discourse kinds, background knowledge), and ones predestined by particularities of the television speech (mass audience, deficiency of normal feedback link, simultaneity, genre repertory).

Дискурс, являясь одним из самых востребованных понятий в парадигме современного гуманитарного знания, и в частности в современной лингвистике, стал жертвой своей популярности: существует аномальное количество его трактовок и сфер использования. Сегодня невозможно употреблять это слово без прояснения того содержания, которое в него вкладывается, даже в ситуации научного общения. Еще более сложно говорить об определенности критериев исследования этого разноликого явления. В данной работе мы попытаемся обосновать выбор аспектов, наиболее, на наш взгляд, соответствующих особенностям коммуникативно-прагматического анализа телевизионного спортивного дискурса.

Подобный ракурс исследования связан с рассмотрением как экстралингвистических, так и собственно языковых факторов, формирующих речевой облик интересующего нас феномена. Коммуникативно-прагматические характеристики – это все то, что регулярно предопределяет текстопорождение в определенной сфере коммуникации.

По нашему представлению, телевизионный спортивный дискурс конструируется коммуникативно-прагматическими характеристиками двух типов: а) «универсальными» – актуальными по отношению к любой разновидности изучаемого дискурса (газетно-журнальной, радио-, сетевой, телевизионной; бытовой); б) связанными с особенностями именно телеречи и языка СМИ.

Наиболее важный «универсальный» дискурсообразующий фактор – *идеологическая основа* того вида социокультурной деятельности, с которой связан дискурс, ведь он предстает, в нашем понимании, разновидностью национального языка, соотношенной с определенной социокультурной сферой (политика, спорт, религия, медицина, педагогика, СМИ, наука и т. д.); тем самым спортивный дискурс стоит в одном ряду с политическим, религиозным, медицинским, педагогическим, масс-медийным, научным и др. Вообще, мы исходим из того, что «...дискурс – это «язык в языке», – но представленный в виде особой социальной данности. Дискурс реально существует не в виде своей «грамматики» и своего «лексикона», как язык просто. Дискурс суще-

ствуется прежде всего и главным образом в текстах, но таких, за которыми встает особая грамматика, особый лексикон, особые правила словоупотребления и синтаксиса, особая семантика, – в конечном счете – особый мир»¹. Последнее замечание особенно важно: дискурс представляет собой «особую ментальность и идеологию, выраженные в текстах»².

Заметим, что анализ дискурса в подобном ключе (пусть и с многочисленными «вариациями») представлен и развивается в отечественной лингвистике. Однако очевидно, что интерес ученых, главным образом, связан с «языком политики»; по замечанию А. А. Ворожбитовой, «внимание к общественно-политическим аспектам исследования языка стало характерной чертой лингвистики XX в.»³. Спортивный же дискурс, как и многие другие, находится на периферии интереса исследователей и рассматривается фрагментарно. Монотематических работ, посвященных этому феномену, немного; среди них: статья Б. А. и А. Б. Зильбертов «Спортивный дискурс: базовые понятия и категории; исследовательские задачи», материал И. Новиковой «Т/RUS не играет в хоккей, или Как сжечь флаг, когда кончились памятники?», а также кандидатская диссертация О. А. Панкратовой «Лингвосомиотические характеристики спортивного дискурса».

Итак, первоосновой дискурса выступает идеологическая основа, или «идеология», «совокупность элементарных смыслов (концептов)», «ментальность». Все эти номинации обозначают для нас совокупность сущностных, элементарных, устойчивых смыслов, которые оказываются исходным (осознаваемым и неосознаваемым) регулятором деятельности человека в пределах социокультурной сферы, выступают компонентом общей пресуппозиции и эксплицитно и/или имплицитно, осознанно и неосознанно, выражаются в речи носителей языка при активизации индивидуального представления о какой-то сфере (при этом, как правило, профессиональная принад-

лежность говорящего оказывается неважной). Иными словами, в процессе социализации в сознании носителя языка формируются типичные для членов данного языкового коллектива представления о политике, спорте, религии, медицине и т. д., которые обнаруживаются в речи.

Каково же содержание спортивной идеологии?

Ирина Новикова в статье «Т/RUS не играет в хоккей, или Как сжечь флаг, когда кончились памятники?» утверждает, что основа спорта – противопоставление «своих» и «иных», которое соотносится с групповой поляризацией во время спортивного соревнования. Мы болеем за «наших», противопоставленных «иным» на основании их географической, политической, социальной, ментальной и прочей «чуждости», и это – главный концепт спорта. (Поясним, что под концептом мы понимаем «сгусток культуры в сознании человека, то, в виде чего культура входит в ментальный мир человека, тот «пучок» представлений, понятий, ассоциаций, который сопровождает слово»⁴.)

Вообще, «спорт является специфической психологической репрезентацией нации»⁵. Спортивное состязание – мирный аналог войны, оно дает возможность выстроить «иерархию» государств на основании их спортивных достижений.

О. А. Панкратова полагает, что спорт характеризуют такие концепты, как «состязание», «игра», «воля», «характер», «сила», «физическое совершенство / здоровье», «достижение», «красота», «герой», «отвага», «подвиг», «борьба»⁶.

По нашему предположению, объем идеологической основы, установленный исследователями, возможно расширить, включив такие единицы, как «патриотизм», «мужество», «азарт», «зрелище», «упорство, выдержка», «активность», «война».

Как уже было сказано, когда эти элементарные представления о спорте «актуализированы» в сознании говорящего, они находят свое выражение в речи. Например,

противопоставлением «своих» и «иных» объясняются особенности номинации спортсменов: типично использование местоимения «наши» для называния «своих», что указывает на принадлежность говорящего к той же социальной группе, что и спортсмен; «иные» же обычно именуется «по национальности» – для обозначения их географической чуждости, ср.: «наши» – «французы». С этим связано и регулярное возникновение контекстуальной антонимии в спортивном дискурсе («Немцы уступили бразильцам в полуфинале»). Включением в концептосферу «спорт» единиц «азарт» и «соперничество» предопределены такие черты речевого поведения спортивных комментаторов, как повышенный темп речи, обилие «эмоциональных» интонационных рисунков и т. д.

Принципиально важно, что речевая репрезентация ментальности во многом стереотипна; иначе говоря, в дискурсе формируется особая речевая системность, которая является «...взаимосвязью разнородных языковых и текстовых единиц в конкретной речевой разновидности, основанная на выполнении единой коммуникативной цели и общей функции, обусловленная экстралингвистической базой этой разновидности, прежде всего назначением в обществе соответствующей формы общественного сознания (науки, искусства, права и т. д.)»⁷.

Все сказанное позволяет предложить следующее определение спортивного дискурса: *спортивный дискурс* – это разновидность национального языка, соотношенная с такой социокультурной сферой, как спорт, а также речь (устная и письменная) как «трансляция» спортивной ментальности – трансляция, которая характеризуется особой речевой системностью, представленной в корпусе текстов.

Итак, идеологическая основа – главный дискурсообразующий фактор, но, кроме того, это еще единственный подлинный идентификатор дискурсных разновидностей. Тип дискурса возможно определить,

только вскрыв ментальную основу речевого взаимодействия коммуникантов; тема же общения далеко не всегда имеет подобный идентификационный потенциал. Скажем, научная статья по истории спорта входит в корпус текстов научного дискурса, потому как, излагая материал, автор стремится непротиворечиво предъявить «объективное» знание о рассматриваемом вопросе (в этом – суть научной деятельности). Противопоставление «своих» и «иных», как и другие компоненты спортивной ментальности, в данном случае не оказывают заметного влияния на текстопорождение.

Не обладают способностью идентифицировать дискурсные разновидности, по нашему мнению, и виды ситуаций общения, а значит, для нас неактуально разграничение типов дискурсов, предложенное В. И. Карасиком. Напомним, что исследователь ведет речь о персональном (лично-ориентированном) и институциональном дискурсе. «В первом случае говорящий выступает как личность во всем богатстве своего внутреннего мира, во втором случае – как представитель социального института»⁸; «институциональный дискурс представляет собой общение в заданных рамках статусно-ролевых отношений...»⁹.

Очевидно, что мы можем узнать о некотором спортивном событии благодаря СМИ (стандартизованная модель: «адресант – зритель / читатель / слушатель»), а затем «неофициально» обсудить его в компании друзей или коллег, но и в том и в другом случае концептуальная основа речевого взаимодействия будет одной и той же. Следовательно, с нашей точки зрения, корректно выделять институциональную (масс-медийную) и бытовую разновидности в пределах спортивного дискурса, а не ограничивать сферу действия изучаемого феномена одним видом коммуникативной ситуации. Заметим, что в границах масс-медийной разновидности – в соответствии с видами СМИ – представлены газетно-журнальный, телевизионный, радио-, сетевой подтипы спортивного дискурса.

Вторая «универсальная» коммуникативно-прагматическая характеристика спортивного дискурса – его *неизолированность*, которая связана с тем, что типы дискурсов соседствуют в общем дискурсивном пространстве, вступая во взаимодействие друг с другом. Авторы статьи «Спортивный дискурс: базовые понятия и категории; исследовательские задачи» указывают на связь спортивного дискурса с *масс-медийным*, которая выражается в том, что «процедуры создания и распространения текстов носят институциональный характер» и это «предопределяет наличие в его текстах определенных риторических и жанрово-стилистических характеристик»¹⁰. Действительно, главным каналом трансляции спортивного дискурса оказываются масс-медиа. Именно они, и в особенности телевидение, способны в максимальной полноте передать суть спортивного состязания; именно СМИ и их адресанты во многом формируют речевой облик дискурса.

В чем состоит влияние дискурса СМИ на изучаемый нами феномен? В первую очередь спортивный дискурс модифицируют такие характеристики масс-медийного дискурса, как массовость аудитории, чередование стандарта и экспрессии, отсутствие полноценной «обратной связи» с адресатом. Второй уровень взаимодействия задается спецификой конкретного вида масс-медиа (в нашем случае – телевидения).

Спортивный дискурс имеет очевидную связь не только с масс-медийным, но и с *политическим* и *военным* дискурсами, что предопределено близостью идеологических основ этих социокультурных сфер. В политике, военных действиях, как и в спорте, актуально противопоставление «своих» и «чужих», имеет место репрезентация мужественности, решительности, силы воли, ответственности, активности и т. д. Этим, например, объясняется регулярное использование единиц, входящих в лексико-семантическое поле «соперничество» во всех трех дискурсах, активная миграция спортивных метафор – в речь политиков¹¹, военных ме-

тафор – в спортивный и политический дискурсы и т. д.

Еще одним дискурсообразующим фактором, имеющим большое значение для всех разновидностей спортивного дискурса, является *пресуппозиция*, под которой мы понимаем «...ожидание того – или расчет на то, – что часть предлагаемой информации самоочевидна и/или хорошо известна слушателю»¹².

Как известно, тождество пресуппозиций – залог успешного понимания коммуникантами друг друга; причем, с нашей точки зрения, занимаясь дискурс-анализом, следует вести речь не только о точности восприятия специфичных сведений, касающихся спорта, но и о тождестве «идеологий» относительно этой социокультурной сферы – только в этом случае возможно полноценное взаимопонимание участников речевого акта.

Спортивные события обсуждаются очень широко, однако в любой ситуации общения: будь то дружеская беседа, просмотр телевизионных новостей или чтение узкоспециализированной прессы – требуются определенные специальные знания. Безусловно, их глубина заметно варьируется в зависимости от того, насколько это общение «профессионально». Так, предмет нашего интереса, телевизионный спортивный дискурс, требует специальной пресуппозиции, которая включает минимальные знания о правилах того или иного вида спорта, его «действующих лицах» (спортсмены, команды, тренеры, судьи), результатах прошедших состязаний, истории и т. д. Говорящий учитывает «подготовленность» своего зрителя и, исходя из ориентации на господствующий тип адресата («случайный зритель», «любитель», «специалист»), выстраивает свое речевое поведение.

Успешность любого специализированного общения зависит от владения коммуникантами особой лексикой, поэтому одним из аспектов анализа пресуппозиции может стать составление глоссария дискурса. Наш опыт показал, что словарь специ-

альной лексики даже в пределах одного вида спорта имеет значительный объем. Например, телекомментатор Алексей Попов («РЕН-ТВ», Формула 1) в своих репортажах использует свыше 100 особых лексических единиц (*спойлер, апекс, дефлектор* и т. п.).

Охарактеризовав «универсальные» коммуникативно-прагматические характеристики спортивного дискурса, обратимся теперь к тем, которые значимы для его телевизионного подтипа.

Обычно утверждается, что телевизионная речь адресована «массовой анонимной рассредоточенной аудитории»¹³, представление о которой «...включает элемент собирательности, нерасчлененности, непредсказуемости... реакции на сообщение»¹⁴. С нашей точки зрения, это не вполне справедливо по отношению к спортивному дискурсу. Его яркая особенность состоит в том, что групповая поляризация спортивного соревнования проецируется на аудиторию: болельщики у экранов не отличаются кардинально от болельщиков на трибунах. Массовый адресат разделяется на несколько вполне четких групп, причем их состав будет различным в случае с внутрисоссийскими и межнациональными соревнованиями. В первой ситуации возможно выделить несколько контрастных групп. Если речь идет, например, о репортаже с хоккейного матча, очевидно, что его смотрят в *основном* 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, область и т. п.), телевизионная аудитория расчленяется на более мелкие сегменты – в соответствии с количеством участников.

Модель массового адресата репортажей с межнациональных соревнований (или новостей о них) иная. В этом случае различия между противопоставленными во внутрисоссийском спортивном ландшафте «группировками» стираются: «объединен-

ная» нация болеет за «своего» спортсмена (команду), а потому аудитория более однородна.

Безусловно, такое разделение на «типы» адресатов упрощает структуру массовой аудитории (в реальности к дифференциации зрителей по спортивным предпочтениям прибавляются различия в возрасте, поле, уровне образования и т. д.), но оно имеет принципиальное значение для интересующего нас феномена и предопределено его идеологической основой.

Специфика *массовой аудитории* телевизионного спортивного дискурса влияет на речевое поведение его субъектов: четкая противопоставленность групп болельщиков в первой модели адресата приводит к отсутствию или импликации оценочности, вторая же модель не выдвигает такого табу.

Важной особенностью телевизионной речи является то, что в ней нет обычной «*обратной связи*» с адресатом. Говорящий лишен возможности трансформировать свою речевую тактику, ориентируясь на реакцию слушателя, а потому вынужден руководствоваться лишь опытом и интуицией, конструируя монолог. Вообще, *монологизм* – одна из существенных проблем телевизионного спортивного дискурса, однако комментаторы и ведущие новостей пытаются решить ее при помощи *средств диалогизации* – и это еще один интересный вопрос в лингвистическом изучении спортивной тележурналистики.

Уникальная черта телевидения – *симультанность*, суть которой состоит в «...одновременности наблюдения и показа, трансляции»¹⁵, что наиболее полно выражается в феномене прямого эфира. Этот режим телепоказа задает такие особенности речевого поведения говорящего (в первую очередь комментатора), как спонтанность и неподготовленность, и выдвигает повышенные требования к его «речевой мобильности».

Иногда симультанность понимается как единство, взаимодействие разных каналов передачи информации. Такая трактовка

особенно актуальна по отношению к спортивному репортажу, в котором речевое поведение комментатора оказывается «переплетенным» с изображением (телевизионными планами), «техническими» шумами с места событий, информационной графикой и т. д.

Б. А. и А. Б. Зильберты утверждают, что «в электронных видах масс-медиа (радио и ТВ) (можно выделить. – К. С.) два основных *коммуникативно-прагматических и жанрово-стилистических типа спортивного дискурса*: а) тип «новости»... б) тип «репортаж» – прямая трансляция спортивного события»¹⁶, и это еще один – возможно, самый объемный – аспект анализа изучаемого нами явления. (Судя по всему, есть

основания говорить и о таком коммуникативно-прагматическом типе телевизионного спортивного дискурса, как аналитическая программа.) Наметим траектории исследования жанров: место в массово-информационном поле, статус и коммуникативные цели адресанта, специфика адресата, композиция, способы диалогизации.

Итак, идеологическая основа, место в дискурсивном пространстве, специальная пресуппозиция, массовость адресата и отсутствие полноценной «обратной связи» с ним, simultанность, жанровый репертуар – основные коммуникативно-прагматические характеристики телевизионного спортивного дискурса, которые, действуя комплексно, определяют его речевой облик.

ПРИМЕЧАНИЯ

¹ Степанов Ю. С. Альтернативный мир. Дискурс. Факт и принцип причинности // Язык и наука конца XX века: Сб. статей / Под ред. Ю. С. Степанова. М.: Рос. гос. гуманитар. ун-т, 1995. С. 44.

² Дугин Е. Я. Создание смыслов в электронную эру: Методология и техника новых знаний и образов в массовой коммуникации и PR. М., 2005. С. 10.

³ Ворожбитова А. А. Теория текста: антропоцентрическое направление. М., 2005. С. 195.

⁴ Цит. по: Грузберг Л. А. Концепт: Стилистический энциклопедический словарь русского языка / Под ред. М. Н. Кожинной. Члены коллегии: Е. А. Баженова, М. П. Котюрова, А. П. Сковородников. М.: Флинта: Наука, 2003. – С. 182.

⁵ Новикова И. T/RUS не играет в хоккей, или Как сжечь флаг, когда кончились памятники? [Электронный ресурс] // (Рус.). URL: www.nlo.magazine.ru/dog/gent/main42.html.

⁶ Панкратова О. А. Лингвосомиотические характеристики спортивного дискурса: Дис. на соис. учен. степени канд. филол. наук. Волгоград, 2005. С. 14.

⁷ Кожина М. Н. Речевая системность функционального стиля: Стилистический энциклопедический словарь русского языка / Под ред. М. Н. Кожинной. Члены коллегии: Е. А. Баженова, М. П. Котюрова, А. П. Сковородников. М.: Флинта: Наука, 2003. С. 347.

⁸ Карасик В. И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: Сб. науч. тр. Волгоград: Перемена, 2000. С. 5–20. [Электронный ресурс] // (Рус.). URL: <http://www.vspu.ru/~axiology/vik/vikart10.htm>.

⁹ Там же.

¹⁰ Зильберт А. Б., Зильберт Б. А. Спортивный дискурс: базовые понятия и категории; исследовательские задачи // Язык, сознание, коммуникация: Сб. статей / Отв. ред. В. В. Красных, А. И. Изотов. М.: МАКС Пресс, 2001. Вып. 17. С. 50.

¹¹ Чудинов А. П. Спортивная метафора в современном российском политическом дискурсе // Вестник ВГУ. Серия: «Лингвистика и межкультурная коммуникация». 2001. № 2. С. 26–31.

¹² Ключев Е. В. Речевая коммуникация: Успешность речевого взаимодействия. М.: Рипол Классик, 2002. С. 86.

¹³ Зильберт А. Б., Зильберт Б. А. Указ. соч. С. 50.

¹⁴ Винокур Т. Г. Говорящий и слушающий. Варианты речевого поведения. М., 1993. С. 63.

¹⁵ Телевизионная журналистика: Учебник / Ред. коллегия: Г. В. Кузнецов, В. Л. Цвик, А. Я. Юровский. М.: Издательство Московского университета; Высшая школа, 2002. С. 29.

¹⁶ Зильберт А. Б., Зильберт Б. А. Указ. соч. С. 50, 52.