

Стилистические особенности спортивного медиатекста

(на материале интернет-публикаций о хоккее)

DOI: 10.24833/2949-6357.2024.GEO.1

УДК: 81`42

К. Р. Ямалетдинова, Г. К. Гималетдинова

Аннотация

Статья посвящена изучению современного спортивного медиадискурса, а именно, рассмотрению стилистических особенностей медиатекста о хоккее. Материалом исследования послужили интернет-публикации хоккейного клуба “Миннесота Уайлд” (N=60) и интернет-комментарии (N=10) к ним. Методом сплошной выборки отобрано 38 постов и изучены лингвистические средства, повышающие эмоциональность высказывания. Применение методов лингвистического и сопоставительного анализа позволило выделить средства, повышающие выразительность медиатекста: фонетические, грамматические, графические и лексические. Наиболее частотным определено использование стилистически окрашенных лексических средств (71,05%). Распространение графических средств является одной из современных тенденций спортивного медиатекста, в частности, использование эмодзи (10,52%). Фонетические средства (7,89%) способствуют созданию ритма и упрощают восприятие текста. Значительное распространение имеет блендинг (7,89%). Авторы пришли к выводу о целесообразности изучения лингвистической составляющей интернет-публикаций в сфере спорта в русле дискурсивных исследований, так как погружение текста в жизнь позволяет верно интерпретировать текстовую информацию и раскрыть своеобразие спорта как важного социального феномена.

Ключевые слова: дискурс, спортивный медиадискурс, медиатекст, лингвистические средства, стилистические приёмы.

В исследованиях, посвящённых спортивному дискурсу и его жанровой дифференциации, отмечается противоречивость терминологии [Малышева 2011: 19; Тарасова 2020: 83]. Согласно К. В. Сняткову, “спортивный дискурс — разновидность национального языка, соотнесённая 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” [Снятков 2007: 191].

Жанровая дифференциации спортивного медиадискурса основана на различиях в функциональных особенностях текстов. Отсутствие чётко установленных границ между жанрами и их подвижность свидетельствуют о необходимости рассмотрения гибридных жанров. Спортивные интернет-блоги относят к информационно-оценочным жанрам, авторы публикуют короткие записи, чтобы заинтересовать читателей и получить от них отклик-комментарий. Лингвопрагматическая особенность блогов на тему спорта — стремление автора представить своё мнение как “наиболее авторитетное” посредством специальной лексики и художественных средств выразительности [Никонов 2017: 182–183].

Наша исследовательская задача состоит в изучении художественно-выразительных средств, используемых читателями англоязычных спортивных интернет-блогов. На основе интернет-публикаций хоккейного клуба “Миннесота Уайлд” определены современные тенденции употребления тропов как средств повышения выразительности, выявлена их частотность.

Из 60 проанализированных публикаций и 10 комментариев значимыми для дальнейшего анализа выделены 38 постов, содержащих фонетические, графические, стилистически окрашенные средства и примеры словообразования. Лингвистический анализ текста осуществлялся с применением методов сплошной выборки, сопоставительного и контекстуального анализа. Исследование выявило частотность стилистически окрашенных *лексических* средств (71,05%) в текстах спортивных интернет-блогов. Ниже приведены приёмы и иллюстративные примеры.

1. Игра слов, основанная на переосмыслении семантики лексической единицы или её отдельных частей. Для выражения признательности хоккеисту Райану Хартману (Ryan Hartman) используется фраза “*Special place in our HARTS for no.38*” [Minnesota Wild. <https://www.instagram.com>, 26.03.2023* (*Запрещена на территории РФ. Здесь и далее примеры из социальной сети используются исключительно в научных целях и не затрагивают политический аспект)]. Эмоциональное воздействие достигается благодаря вычленению морфемы *hart* из фамилии хоккеиста и использованию графически выделенной лексики *HARTS*, совпадающей по звучанию со словом *hearts* (*сердца*). Понимание игры слов позволяет трактовать значение поста: болельщики выделяют игроку отдельное место в своих сердцах.
2. Аллюзия. В тексте поста “Wherever you go and whatever you do, may the luck of the WILD be there with you” [Minnesota Wild. <https://www.instagram.com>*, 18.03.2023] используется аллюзия на популярную песню Ричарда Маркса “Right here waiting”, где есть строки “Wherever you go/ whatever you do/ I will be right here waiting for you”. Отсылка призвана поднять боевой дух болельщиков.

3. Метонимия. В посте о результатах матча с командой Аризона Койотис используется метонимия “*Snagged a point in the desert*” [Minnesota Wild. https://www.instagram.com, 13.03.2023*] для обозначения успешной игры. Фраза *in the desert* в данном контексте — это метонимический перенос, указывающий на Аризону, известную своими пустынями. Толкование метонимии затруднено из-за необходимости учёта экстралингвистических факторов.
4. Эпитет. “*New nickname: unlocked (F)hone booth Fred*” [Minnesota Wild. https://www.instagram.com, 07.03.2023*] в сочетании с графическим выделением буквы F в *(F)hone booth* выражает положительную оценку Фредерика Годро, за ловкость получившего прозвище *(F)hone booth Fred*. Приведена ассоциация с телефонной будкой, ограниченного пространства, в котором он мог бы забить гол.
5. Окказионализмы. “*STATE(ofhockey)MENT*” [Minnesota Wild. https://www.instagram.com, 22.02.2023*] (дословно: ‘состояние хоккея’) передаёт радостные эмоции команды и болельщиков после победы Миннесоты.
6. Метафора. “*Keeping this train rollin’ to Toronto*” [Minnesota Wild. https://www.instagram.com, 24.02.2023*] метафорически символизирует путь проигравшей команды к себе домой в Торонто.

Анализ материала свидетельствует о распространении *графических* средств как особенности медиатекста. Использование эмодзи (10,52%) заменяет лексические единицы, привлекая внимание читателя к спортивному событию. Написание слов и морфем заглавными буквами сопровождается игрой слов и окказиональным словообразованием. Например, графическое оформление повышает эмоциональность креативного сочетания “*Powering up Kapriz-ON*” [Minnesota Wild. https://www.instagram.com, 11.01.2023*]. Конечная мор-

фема в фамилии хоккеиста Капризова (Kaprizov) ‘ov’ созвучна в английском языке с предлогом *off*. Автор использовал возможность замены морфемы на антоним предлога *off* (предлог *on*) и выделил её графически. В результате фразу можно трактовать как ‘Капризов включён, он в игре’.

Фонетические средства (7,89%) способствуют созданию ритма, упрощают восприятие текста и повышают персуазивность. Фраза “*No law with Mason Shaw*” построена на рифме, подпись “*Ready to rock in Toronto*” содержит аллитерацию, фраза “*Ba DUB tsss*” представляет собой пример использования звукоподражания (имитация барабанной дроби), сокращение *dub* (от *double*) означает, что два игрока разыграли шайбу [Minnesota Wild. <https://www.instagram.com>, 20.02.2023*].

Анализ словообразовательных средств выявил значительное распространение блендинга (7,89%). В команде Миннесота Уайлд много игроков из Швеции, что обыгрывается в бленде *Minneswede* (Minnesota + Swede), бленд *goal*dy (goal + Boldy) в контексте “*He should change his last name to Matt GOALdy*” эмоционально окрашивает отношение болельщика к Мэтью Болди, забившего желанный гол [Minnesota Wild. <https://www.instagram.com>, 28.03.2023].

Мы проанализировали подписи к постам, посвящённым разным темам: чествование игрока, анонсирование и подведение итогов матчей, поддержание бодрости духа болельщиков. Выявлено, что большинство публикаций 1) носит развлекательный характер, 2) нацелено на взаимодействие с болельщиками и 3) ориентировано на ответную реакцию в виде комментария. Это определяет выбор лексических, стилистических и иных средств повышения выразительности. Текст спортивного медиадискурса в жанре интернет-блога характеризуется как креативный, а его трактовка сопряжена

с необходимостью вовлечённости читателя в спортивное медиапространство (медиадискурс). Отсутствие фоновых знаний, игнорирование экстралингвистических факторов, неосведомлённость в вопросах спортивных событий приводят к неверной трактовке или непониманию содержания текста интернет-блогов.

Таким образом, необходимо рассматривать лингвистическую составляющую интернет-публикаций в сфере спорта в русле дискурсивных исследований, так как погружение текста в жизнь позволяет читателю адекватно интерпретировать информацию, раскрывает своеобразие спорта как важного социального феномена и вносит вклад в изучение дискурса.

Список литературы:

1. Малышева Е. Г. Русский спортивный дискурс: лингвокогнитивное исследование: монография. Омск: Изд-во Ом. гос. ун-та, 2011. 324 с. [Malysheva, Elena G. 2011. *Russkij sportivny`j diskurs: lingvokognitivnoe issledovanie: monografiya. (Russian Sports Discourse: Linguocognitive research: monograph)*. Omsk: Izd-vo Om. gos. un-ta.]
2. Никонов А. А. Спортивный блог как жанр интернет-дискурса // Язык: категории, функции, речевое действие: Материалы X юбилейной международной научной конференции к 75-летию В. С. Борисова. (Москва — Коломна 13–14 апреля 2017 г.). М.; Коломна: Моск. пед. гос. ун-т; Гос. соц.-гуманитар. ун-т, 2017. С. 181–183. [Nikonov, Andrej A. 2017. *Sportivny`j blog kak zhanr internet-diskursa. (Sports blog as a genre of Internet discourse). Yazy`k: Kategorii, Funkcii, Rechevoe dejstvie. Materialy` X yubilejnoj mezhdunarodnoj nauchnoj konferencii k 75-letiyu V. S. Borisova (Language: Categories, Functions, Speech Act: Proceedings of the 10th Jubilee International Scientific Conference dedicated to the 75th anniversary of V. Borisov)*, 181–183.]

3. Снятков К.В. Телевизионный спортивный дискурс: аспекты коммуникативно-прагматического анализа // Известия Российского гос. пед. ун-та им. А.И. Герцена. Вып. 14(37). СПб., 2007. С. 189–194. [Snyatkov, Konstantin V. 2007. *Televizionny`j sportivny`j diskurs: aspekty` kommunikativno-pragmaticheskogo analiza* (TV sports discourse: aspects of communicative and pragmatic analysis). *Izvestiya Rossijskogo gos. ped. un-ta im. A. I. Gercena* (Proceedings of the A. I. Herzen Russian State Pedagogical University), V. 14 (37), 189–194.]
4. Тарасова Е.Е. Спортивный дискурс и проблема интердискурсивности // Вестник военного образования. Вып. 3(24). М., 2020. С. 80–83. [Tarasova, Elena E. 2020. *Sportivny`j diskurs i problema interdiskursivnosti* (Sports discourse and the problem of interdiscursivity). *Vestnik voennogo obrazovaniya* (Bulletin of Military Education), V. 3(24), 80–83.]

Сведения об авторах:

Ямалетдинова Карина Руслановна,
студент, Казанский (Приволжский) федеральный
университет, Казань, Россия;
email: karinayam@mail.ru

Гималетдинова Гульнара Камилевна, к. филол. н.,
доцент, Казанский (Приволжский) федеральный
университет, Казань, Россия;
email: gim-nar@yandex.ru

**STYLISTIC FEATURES OF SPORTS MEDIA TEXT
(BASED ON THE INTERNET PUBLICATIONS ABOUT HOCKEY)**

Karina R. Yamaletdinova

Student, Kazan (Volga region) Federal University, Kazan, Russia;
email: karinayam@mail.ru

Gulnara K. Gimaletdinova

Candidate of Philology, Associate Professor, Kazan (Volga region) Federal University, Kazan, Russia;
email: gim-nar@yandex.ru

Abstract

The article is aimed to study modern sports media discourse, namely, the stylistic features of media text about hockey. We analyzed the Internet publications of the Minnesota Wild hockey club (N=60) and Internet comments (N=10) to them. Using the method of continuous sampling, we selected expressive and emotional posts (N=38). Linguistic and comparative analysis of the data made it possible to differentiate the means that increase the expressiveness of the media text; phonetic, grammatical, graphic and lexical means were revealed. The most frequent is the use of stylistically colored vocabulary (71.05%). Graphic means is one of the modern trends in sports media, in particular, the use of emojis (10.52%). Phonetic means (7.89%) contribute to the creation of rhythm, making text perception easier. Blending has a significant spread (7.89%) in sports discourse. The authors claim that it is advisable to study the Internet publications in the field of sports in line with discursive research, since the immersion of the text in life allows to interpret textual information and reveal the unique genre features of sports as an important social phenomenon.

Keywords: discourse, sports media discourse, media text, linguistic means, stylistic devices.