

ОРИГИНАЛЬНАЯ СТАТЬЯ

УДК 812'7

doi: 10.26907/2541-7738.2022.5.47-58

## ЭМОЦИОНАЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ МОДЕЛИ СПОРТИВНОГО МЕДИАДИСКУРСА

*Г.К. Гималетдинова, Р.Р. Камалова*

*Казанский (Приволжский) федеральный университет, г. Казань, 420008, Россия*

### Аннотация

Исследование посвящено анализу эмоциональной оценочности в спортивном медиадискурсе. На примере эпитета как маркера эмоциональной оценочности проведен сопоставительный анализ языковых единиц, выражающих субъективное отношение авторов газетных статей при освещении спортивных событий. Эмпирической базой послужили 17 англоязычных и 11 италияязычных газет, содержащих тексты спортивной тематики и изданных в период проведения чемпионата Европы по футболу в 2020 г. Из медиатекстов методом сплошной выборки извлечены выражения эмоциональной оценочности посредством эпитетов (720 единиц в английском языке и 724 в итальянском, всего 1444). Применение метода переводческого текстового анализа, а также семантического и контрастивно-стилистического анализа позволило выявить специфику использования эпитетов в спортивном дискурсе, определить структурно-семантические различия эпитетов в английском и итальянском языках. Предложенные на примере эпитетов эмоционально-оценочные модели спортивного медиадискурса могут рассматриваться в качестве универсальных категорий, применение которых возможно при описании любых стилистических приемов и тропов.

**Ключевые слова:** спортивный медиадискурс, эмоциональная оценочность, эпитет

### Введение

Исследование эмоционально-оценочных моделей спортивного медиадискурса является одной из актуальных проблем в дискурсивных исследованиях, что объясняется, с одной стороны, популярностью спортивной тематики и значимостью спорта как феномена современности (то есть общественно-политической окрашенностью), с другой – четкими правилами, присущими конкретному виду спорта (институциональностью) и субъективной природой спортивных текстов в СМИ (медийностью).

Вопросы спортивного медиадискурса изучаются в современных лингвистических исследованиях. В частности, С.А. Кудрин анализирует текстообразующую роль базовых метафор и метафорических моделей в спортивном дискурсе [1], Р.В. Белютин занимается сравнительно-сопоставительным анализом речевого поведения и дискурса русских и немецких болельщиков, а также исследует немецкий спортивный дискурс [2, 3]. Отдельные жанры дискурса СМИ, посвященные спортивной тематике, исследованы в работах К.В. Сняtkова [4] и С.В. Шарафутдиновой [5]. Поскольку спортивный дискурс является эмоционально насыщенным

видом коммуникации, его исследование не представляется полноценным без обращения к природе эмоционально-оценочных категорий и экспрессивности [6, 7].

Целью настоящего исследования является изучение стилистических особенностей спортивного медиадискурса в сопоставительном аспекте, на материале английского и итальянского языков. Выбор языков, в свою очередь, обусловлен исторической важностью и популярностью спорта в Англии и Италии, стереотипными представлениями об экспрессивности, эмоциональности и даже агрессивности болельщиков обеих стран.

### Обзор литературы

С научной точки зрения спортивный медиадискурс изучается в лингвистике в рамках дискурсивных исследований. Эмиль Бенвенист, выдающийся французский лингвист, одним из первых противопоставил дискурс, обозначавший ранее во французской лингвистической терминологии речь в общем понимании (*discours*), объективному повествованию (*récit*) [8, с. 295–296]. Н.Д. Арутюнова рассматривает дискурс как связный текст в совокупности с экстралингвистическими, прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами, как речь, погруженную в жизнь [9]. Т.А. ван Дейк определяет дискурс как коммуникативное событие, происходящее между говорящим, слушающим или наблюдателем в процессе коммуникативного действия в определенном месте и в конкретное время. Это коммуникативное действие может быть речевым, письменным, иметь вербальные и невербальные составляющие [10, 11]. А.А. Кибрик рассматривает дискурс как единство процесса языковой деятельности и ее результата, то есть текста, которое включает также разворачивающиеся во времени процессы его создания и понимания [12, с. 4]. При изучении дискурса невозможно не учитывать экстралингвистические факторы – культурные, социальные и когнитивные [13, с. 128].

В целях описания целостной картины спортивного дискурса была предпринята попытка проанализировать его взаимосвязь с другими видами дискурса в синхронии (интертекстуальность дискурса) [14]. В результате было выделено три области спортивного дискурса: 1) дискурс «здесь и сейчас», на месте проведения спортивного события; 2) дискурс в связке с письменной коммуникацией (научной, педагогической и т. д.); 3) комбинация спортивного дискурса с массово-информационным [14, с. 104–107]. В научных работах, посвященных особенностям телевизионного спортивного дискурса, встречается подход к пониманию последнего как разновидности национального языка, где спорт, речь и трансляция связаны между собой [4]. Основной задачей спортивной аналитической статьи является анализ события и его оценка [5].

Спортивный дискурс вызывает научный интерес с точки зрения его стилистических особенностей и используемых тропов. В работе С.А. Кудрина выделены базовые метафорические модели спортивного дискурса – текстопорождающие, используемые как проекция элементов иной сферы на спортивный дискурс [1]. Семантика немецкого спортивного дискурса и отдельные стилистические тропы (гипербола, метафора, метонимия) исследованы в работах Р.В. Белютина, который отмечает высокую степень метафоризации спортивного дискурса [2, 3].

В рамках настоящей работы мы ограничились изучением стилистических особенностей спортивного дискурса на примере использования эпитетов. Традиционно в лингвистике под эпитетом понимается образное определение слова, либо его нарицательное значение, либо определение, усиливающее, акцентирующее уникальное качество предмета [15, с. 59]. Важно учитывать, что не всякое определение может быть названо эпитетом, эпитет как образное определение следует отличать от логического [16, с. 200]. В настоящем исследовании мы придерживаемся точки зрения Н.П. Булаховой и А.П. Сквородникова: эпитет – это образное и/или эмоционально-оценочное определение предмета, явления, признака, которое усиливает качество или характеристику с целью воздействия на адресата [17, с. 135].

А.А. Зайнульдинов рассматривает эмоциональную оценочность в общем понимании, он же определил критерии выделения эмоционально-оценочных единиц, которыми мы руководствовались при выделении моделей спортивного медиадискурса [6]. Л.А. Киселева разграничивает понятия экспрессивности, эмоциональности и эмоциональной оценочности, где последний пункт выступает как частная разновидность категории эмоциональности. Исследователь считает, что к эмоциональным единицам можно отнести единицы экспрессивные, но не оценочные, выражающие разные эмоции своими языковыми значениями [18, с. 9].

В настоящей статье предпринята попытка исследовать спортивный медиадискурс, в частности присущие именно спортивному дискурсу способы выражения эмоциональной оценочности. Под эмоционально-оценочными моделями мы понимаем наиболее часто встречаемые в изученном материале паттерны и темы, выраженные через фигуры речи, а именно через эпитет. В вопросах эмоциональности и оценочности мы опирались на исследования ряда ученых, определивших критерии выделения эмоционально-оценочных единиц [6], а также разграничивших понятия экспрессивности, эмоциональности и эмоциональной оценочности [18, с. 9]. В основу нашего исследования положена гипотеза о том, что существуют определенные шаблоны употребления эмоционально-оценочной лексики, которыми намеренно или ненамеренно пользуются авторы спортивных статей. Наряду с этим мы высказываем предположение о превалировании в спортивных газетах негативных эпитетов, что могло быть связано с пандемией COVID-19, препятствовавшей проведению чемпионата Европы по футболу 2020 г. в привычном формате, без ограничений для спортсменов и болельщиков. В имеющихся исследованиях по спортивному дискурсу преимущественно описаны возможности выражения эмоции и оценки средствами метафоры и метонимии, тогда как эпитет остается малоизученным в данном виде дискурса. Таким образом, в настоящей работе показано, что эпитет является распространенным приемом выражения эмоциональной оценочности в спортивном медиадискурсе.

### **Материал и методы исследования**

В настоящем исследовании эпитет рассматривается как маркер эмоциональной оценочности в медиатекстах спортивной тематики. Для достижения поставленной цели и подтверждения гипотезы на начальном этапе применялся метод сплошной выборки и была составлена картотека примеров. Эмпирической базой послужили англоязычные и италияязычные спортивные газеты, изданные в период

проведения чемпионата Европы по футболу 2020 г., перенесенного на 2021 г. в связи с пандемией COVID-19. Мы предположили, что встреча сборных Англии и Италии в финале чемпионата должна придать больше эмоциональности текстам спортивного характера. Картотека примеров, насчитывающая 1444 единицы, составлялась на материале 17 англоязычных газет (*Daily Express*, *Sunday Mail*, *Sunday Mirror*, *Sunday Telegraph Sport*, *Daily Telegraph*, *Guardian*, *Herald Sport*, *Observer*, *Observer Sport*, *The Game (The Times Euros Special)*, *Times Sport*, *The Sunday Times EURO 2020 Special* и др.) и 11 италоязычных (*Corriere della Sera*, *La Gazzetta dello Sport*, *Tutto Sport*, *Corriere dello Sport* и др.). Неравное количество изданий объясняется отличающимися объемами газет. К примеру, итальянская ежедневная спортивная газета *La Gazzetta dello Sport*, как правило, состоит из 40 страниц формата А2, в то время как *Herald Sport* лишь из 12 того же формата. Таким образом, по каждому из рассматриваемых языков мы обработали по 380–400 страниц газетного формата. Картотека примеров насчитывает 720 единиц для английского языка и 724 единицы для итальянского.

При отборе примеров языковые единицы (эпитеты) извлекались по мере их встречаемости в процессе чтения текста с учетом теоретических признаков эпитета как стилистического средства: экспрессивности, образности, эмоциональности, субъективности.

На следующем этапе применялся ряд аналитических методов, позволивших обработать двуязычный текстовый материал и провести его сопоставительный анализ. С помощью метода переводческого текстового анализа был обработан язык письменного текста в рамках проведения общего дискурс-анализа. Метод семантического анализа применялся непосредственно после отбора материала для выдвижения первоначальных гипотез о значении анализируемой единицы. Метод контрастивно-стилистического анализа позволил увидеть языковую единицу, погруженную в сам текст, то есть эпитеты исследовались в контексте.

### Результаты исследования

Как англоязычные, так и италоязычные медиатексты спортивной тематики, составившие картотеку данного исследования, содержат почти равное количество эпитетов: 720 в английском языке и 724 в итальянском. Семантический анализ показал, что в исследуемых англоязычных текстах, по сравнению с италоязычными, насчитывается немного меньше эпитетов с положительной эмоциональной оценкой (379 единиц, 53%), чем в итальянских (417 единиц, 58%). Негативная оценочность также приблизительно равна в сопоставляемых языках: обнаружено 248 примеров выражения отрицательной эмоциональной оценки (34%) в англоязычных текстах и 240 случаев (33%) в италоязычных. Поскольку применение метода переводческого текстового анализа не во всех случаях позволило однозначно определить полярность эмоциональной оценочности и обнаружены случаи спорной, нечетко выраженной оценочности, было решено создать третью группу, условно обозначенную как «Другое». В нее вошли 93 английских эпитета и 67 итальянских, что составило 13% и 9% соответственно.

В ходе анализа текстов спортивной тематики была также отмечена частотность использования ряда эмоционально-оценочных прилагательных в качестве эпитетов. Мы выделили наиболее часто встречающиеся в спортивных текстах



Рис. 1. Сопоставление эмоциональной оценочности английских и итальянских эпитетов в спортивном дискурсе, %

эпитеты: в английском языке два примера выражения положительной оценки встретились по 16 раз, в итальянском самый распространенный пример положительной оценки был обнаружен в 12 случаях. Негативная эмоциональная оценка, выраженная посредством самого употребляемого эпитета, составила 4 и 16 случаев в английском и итальянском языках соответственно. Результаты статистической обработки материалов исследования в виде сопоставления эмоциональной оценочности английских и итальянских эпитетов представлены на рис. 1.

### Обсуждение

Эпитет как эмоционально-оценочное определение способен воздействовать на адресата и привлечь внимание к обсуждаемой теме. При отборе примеров для анализа мы руководствовались положениями, предложенными А.А. Зайнульдиновым. Согласно его теории, эмоционально-оценочная единица выделяется на основе следующих критериев:

- 1) образность;
- 2) высокая степень интенсивности признака;
- 3) немотивированность звукового облика, а также лексического значения внутренней формы слова;
- 4) соотнесенность с выражением оценочных эмоций;
- 5) наличие словообразовательных аффиксов, обладающих собственной эмоциональной оценкой [6, с. 31].

Все примеры из нашей картотеки соответствуют одному или нескольким перечисленным критериям.

В первую очередь мы заметили, что число эпитетов с положительной эмоциональной оценкой в обоих языках превалирует над негативными реакциями. Следовательно, наше предположение о склонности текстов массмедиа к повышенному негативизму не нашло подтверждения. Полагаем, что данное наблюдение связано с особенностями спортивного медиадискурса, временем проведения чемпионата (имеется в виду затянувшееся ожидание «праздника спорта» из-за пандемии) и его развлекательно-информационными целями.

Табл. 1

Примеры наиболее частотных эпитетов с положительной и отрицательной коннотацией, обнаруженных в результате анализа англоязычного и италияязычного текста

Тип оценки	Английские эпитеты (перевод)	Кол-во единиц	Итальянские эпитеты (перевод)	Кол-во единиц
Положительная эмоциональная оценка	<i>Incredible</i> (‘невероятный’)	16	<i>Decisivo</i> (‘решительный’)	12
	<i>Fantastic</i> (‘потрясающий’)	16	<i>Fantastico</i> (‘потрясающий’)	11
	<i>Extraordinary</i> (‘необыкновенный, невероятный’)	9	<i>Storico</i> (‘исторический, важный’)	11
	<i>Glorious</i> (‘изумительный’)	9	<i>Magico</i> (‘волшебный’)	10
	<i>Brilliant</i> (‘отличный’)	8	<i>Perfetto</i> (‘идеальный’)	10
	<i>Impressive</i> (‘впечатляющий’)	8	<i>Incredibile</i> (‘невероятный’)	9
	<i>Excellent</i> (‘превосходный’)	8	<i>Meraviglioso</i> (‘чудесный’)	8
	<i>Perfect</i> (‘идеальный’)	6	<i>Solido</i> (‘надежный’)	8
	<i>Magic</i> (‘волшебный’)	4	<i>Straordinario</i> (‘необыкновенный, невероятный’)	8
	Отрицательная эмоциональная оценка	<i>Tough</i> (‘трудный’)	9	<i>Offensivo</i> (‘оскорбительный’)
<i>Hard</i> (‘сложный’)		5	<i>Duro/durissimo</i> (‘трудный/самый трудный’)	8
<i>Dangerous</i> (‘опасный’)		4	<i>Deludente</i> (разочаровывающий)	4
			<i>Brutto</i> (‘некрасивый, грубый’)	4

В табл. 1 представлены примеры наиболее часто (четыре и более раз) встречающихся в текстах спортивной тематики эпитетов, с помощью которых авторы выражают положительную или отрицательную оценку. Как видно из табл. 1, способ выражения как положительной, так и отрицательной оценки посредством эпитета тяготеет к экспрессивности, благодаря чему происходит воздействие на адресата. Любопытным видится наличие параллелей в примерах на английском и итальянском языках: *incredible* (англ.) и *incredibile* (ит.) – ‘невероятный’; *fantastic* (англ.) и *fantastico* (ит.) – ‘потрясающий’; *extraordinary* (англ.) и *straordinario* (ит.) – ‘необыкновенный, невероятный’. Таким образом, можно сделать вывод о сходстве в способах выражения субъективной оценки посредством эпитетов в английской и итальянской языковых культурах.

Отдельную группу составляют эпитеты в форме превосходной степени, выражающие высокую интенсивность признака. В английском языке превосходная степень образуется с помощью добавления аффикса *-est* или *the most*. В итальянском языке ту же функцию выполняют аффикс *-issimo*, повторение прилагательного, частица *più*, специальные слова, используемые именно для превосходной степени (к примеру *il migliore* – ‘самый хороший’, *il peggiore/pessimo* – ‘самый плохой’). Нужно отметить, что в процессе перевода может потеряться экспрессия, а перевод может быть развернуто объясняющим. Английские примеры: *hottest seat* – ‘раскаленное место’ / ‘важнейшая должность’<sup>1</sup>, *fiercest locus of sound* – ‘самое яростное средоточие звука’, *stiffest battle* – ‘жесточайшая битва’. Итальянские примеры: *Rosa larga larghissima* – ‘огромнейший список состава команды’ (*Rosa* на спортивном жаргоне обозначает состав команды, по аналогии с *Roster* в английской спортивной терминологии), *Monchengladbach temibilissimo* – ‘ужасающий Мёнхенгладбах’, *migliore offerente* – ‘наилучший претендент’, *pessima prestazione* – ‘наихудшее выступление’.

Таким образом, очевидно, что примеры из обоих языков выражают интенсивные эмоции, подчеркивают неординарность признака, в качестве особенности употребления эпитетов в итальянском спортивном дискурсе можно отметить разнообразие форм.

Изучение английских и итальянских медиатекстов спортивной тематики и сопоставительный анализ обнаруженных в них эпитетов позволили выделить ряд эмоционально-оценочных моделей. В целом практически все способы выражения оценочности можно разделить на положительные и отрицательные, несмотря на то что внутри группы эпитеты будут различаться по интенсивности обозначаемого признака. Итак, в качестве основных моделей эмоциональной оценочности мы выделили пары «восторг – радость», «восхищение – доверие», «изумление – удивление» и «настороженность – ожидание» в группе положительной оценки. Отрицательные модели представлены парами «гнев – злость», «отвращение – недовольство», «горе – грусть» и «ужас – страх». Рассмотрим подробнее каждую из пар и приведем примеры из картотеки.

1. «Восторг – радость». Высшая степень положительной оценки, создающая образ радостного возбуждения и удовольствия от победы и успеха. Например: *euphoric victory* (англ.) – ‘эйфорическая (полная) победа’, *fabulous atmosphere* (англ.) – ‘сказочная атмосфера’, *volti euforici* (ит.) – ‘восторженные лица’, *notte magica* (ит.) – ‘волшебная ночь’.

2. «Восхищение – доверие» подразумевает спектр положительных эмоций, связанных с высшей степенью удовлетворения, восторгом: *inspiring stories* (англ.) – ‘вдохновляющие истории’, *fascinating contrast* (англ.) – ‘очаровательный контраст’, *una facenda di pura fede* (ит.) – ‘дело чистой веры’, *gruppo eccezionale* (ит.) – ‘исключительная группа’.

3. «Изумление – удивление» передает состояние впечатленности неожиданным или необычным фактом. Как видно из следующих примеров, часто эти эмоции выражаются с помощью эпитета с отрицательным аффиксом: *incredible central defenders* (англ.) – ‘невероятные центральные защитники’, *improbable*

<sup>1</sup> Здесь и далее перевод примеров наш. – Г.Г., Р.К.

*dream* (англ.) – ‘неправдоподобная мечта’, *soprendente euphoria* (ит.) – ‘удивительная эйфория’, *trionfo incredibile* (ит.) – ‘невероятный триумф’.

4. «Настороженность – ожидание» среди выделенных моделей является одной из самых сложных, так как ожидание вполне может соотноситься с надеждами, тем не менее оно иногда сопровождается тревогой и неизвестностью: *anxious wait* (англ.) – ‘волнительное ожидание’, *thrilling football* (англ.) – ‘захватывающе-волнительный футбол’, *un cammino di speranza* (ит.) – ‘путь надежды’, *finale sperata* (ит.) – ‘ожидаемый с надеждой финал’.

5. «Гнев – злость» насчитывает одну из самых обширных групп эпитетов, что вполне закономерно, поскольку спорт часто сравнивают с войной, где есть противоборствующие стороны и победа любой ценой как цель. Например: *aggressive Italian midfield* (англ.) – ‘агрессивный итальянский игрок середины поля’, *rampaging Kieran Trippier* (англ.) – ‘неистовствующий Киран Триппьер’, *maledetta notte* (ит.) – ‘проклятая ночь’, *un orgoglio feroce* (ит.) – ‘свирепая гордыня’.

6. «Отвращение – недовольство» как крайняя степень неприятия не является доминантной моделью, однако так или иначе присутствует в текстах спортивных статей. Мы заметили, что она не используется для выражения оценки игроков или команд, но может употребляться для характеристики деталей при описании спортивного события. Например: *nasty piece of work* (англ.) – ‘мерзкая работа’, *boring draw* (англ.) – ‘скучная ничья’, *fastidiosa etichetta* (ит.) – ‘раздражающий ярлык’, *faticoso rientro* (ит.) – ‘выматывающее возвращение’.

7. «Горе – грусть» как высшая степень страдания применяется для описания поражений, неудач: *deep sorrow* (англ.) – ‘глубокая печаль’, *painful World Cup defeat* (англ.) – ‘мучительное поражение на чемпионате’, *squadra sottovalutata* (ит.) – ‘недооцененная команда’, *inutile l'assalto finale* (ит.) – ‘бессмысленная финальная атака’.

8. «Ужас – страх» представлен примерами, изображающими испуг, состояние оцепенения: *threatening cross* (англ.) – ‘угрожающий прострельный пас’, *feared Italians* (англ.) – ‘наводящие страх итальянцы’, *rivale temibile* (ит.) – ‘пугающий соперник’, *diagonale diabolica* (ит.) – ‘дьявольская диагональ’.

Как мы и предполагали, в спортивном медиадискурсе можно наблюдать употребление определенных эмоционально-оценочных моделей, целью которых является формирование представления о событии, игроке или любом объекте. Авторы статей апеллируют к понятным и предсказуемым чувствам, лишь изредка «изобретая» необычные лексические и стилистические формы, так как в спортивном дискурсе важно соблюдать баланс между нейтральной лексикой и единицами, выражающими субъективную оценку. Кроме того, аудитория спортивных изданий весьма широкая, от профессиональных спортсменов до любителей спорта, и излишняя образность и оценочность не всем может показаться уместной. Таким образом, сравнительный анализ примеров из английских и итальянских газет не выявил существенных различий при выделении паттернов оценок, заметные различия обнаруживаются при анализе структуры эпитетов – итальянские эпитеты склонны к большему разнообразию форм.

### Заключение

Проведенное исследование позволило сделать ряд обобщений. Во-первых, оно убедительно доказывает, что эпитет является распространенным и эффективным средством выражения эмоциональной оценочности и воздействия на собеседника в спортивном медиадискурсе. Во-вторых, сопоставительный анализ выявленных примеров в двух языках показал, что данные языковые культуры в целом схожи в выражении субъективной оценки, как положительной, так и отрицательной, что может свидетельствовать об универсальности выражения оценки в принципах освещения и комментирования спортивных мероприятий. В-третьих, предложенные в данном исследовании и составленные на материале эпитетов эмоционально-оценочные модели спортивного дискурса могут послужить примером систематизации других стилистических приемов и тропов, используемых при освещении спортивных событий в медиатексте.

### Литература

1. Кудрин С.А. Базовые метафоры спортивного дискурса как текстопорождающие модели: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 2011. – 20 с.
2. Белютин Р.В. Немецкий спортивный дискурс как объект лингвометафорологических исследований // Учен. зап. Орлов. гос. ун-та. Сер. Гуманит. и соц. науки. – 2018. – № 1. – С. 84–89.
3. Белютин Р.В. Немецкий спортивный дискурс: опыт прагмасемантического и лингвокогнитивного исследования: Автореф. дис. ... д-ра филол. наук. – Смоленск, 2019. – 38 с.
4. Снятков К.В. Телевизионный спортивный дискурс: аспекты коммуникативно-прагматического анализа // Изв. РГПУ им. А. И. Герцена. – 2007. – № 14. – С. 189–194.
5. Шарафутдинова С.В. Спортивная аналитическая статья как жанр дискурса СМИ // Вестн. Челяб. гос. ун-та. – 2009. – № 34. – С. 141–144.
6. Зайнулдинов А.А. К вопросу о соотношении семантических категорий: [экспрессивность [эмоциональность [эмоциональная оценочность]]] // Мир русского слова. – 2009. – № 2. – С. 28–34.
7. Солодилова И.А., Шепеля И.В. Оценочность и эмотивность в семантике слова // Вестн. Оренбург. гос. ун-та. – 2015. – № 1. – С. 172–178.
8. Бенвенист Э. О субъективности в языке // Бенвенист Э. Общая лингвистика. – М.: Прогресс, 1974. – С. 292–300.
9. Арутюнова Н.Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. ред. В.Н. Яреца – М.: Сов. энцикл., 1990. – С. 136–137.
10. Ван Дейк Т.А. К определению дискурса. – URL: <http://psyberlink.flogiston.ru/internet/bits/vandijk2.htm>, свободный.
11. Ван Дейк Т.А. Язык. Познание. Коммуникация: Пер. с англ. / Сост. В.В. Петрова; под ред. В.И. Герасимова. – М.: Прогресс, 1989. – 312 с.
12. Кибрик А.А. Анализ дискурса в когнитивной перспективе: Дис. ... д-ра филол. наук. – М., 2003. – 90 с.
13. Кибрик А.А. Когнитивные исследования по дискурсу // Вопр. языкознания. – 1994. – № 5. – С. 126–137.

14. *Зильберт А.Б.* Спортивный дискурс: точки пересечения с другими дискурсами (проблемы интертекстуальности) // Язык, сознание, коммуникация. – 2001. – № 19. – С. 103–112.
15. *Веселовский А.Н.* Историческая поэтика. – М.: Высш. шк., 1989. – 648 с.
16. *Томашевский Б.В.* Стилистика и стихосложение. – М.: ФЛИНТА, 2019. – 536 с.
17. *Булахова Н.П., Сквородников А.П.* К определению понятия эпитет (предуготовление к функциональной характеристике) // Экология языка и коммуникативная практика. – 2017. – № 2. – С. 122–138.
18. *Киселева Л.А.* Вопросы теории речевого воздействия. – Л.: Изд-во Ленингр. ун-та, 1978. – 160 с.

Поступила в редакцию  
25.07.2022

---

**Гималетдинова Гульнара Камилевна**, кандидат филологических наук, доцент кафедры романо-германской филологии

Казанский (Приволжский) федеральный университет  
ул. Кремлёвская, д. 18, г. Казань, 420008, Россия  
E-mail: [gim-nar@yandex.ru](mailto:gim-nar@yandex.ru)

**Камалова Розалия Равилевна**, магистрант кафедры романо-германской филологии

Казанский (Приволжский) федеральный университет  
ул. Кремлёвская, д. 18, г. Казань, 420008, Россия  
E-mail: [kmlv0909@gmail.com](mailto:kmlv0909@gmail.com)

---

ISSN 2541-7738 (Print)  
ISSN 2500-2171 (Online)

UCHENYE ZAPISKI KAZANSKOGO UNIVERSITETA. SERIYA GUMANITARNYE NAUKI  
(Proceedings of Kazan University. Humanities Series)

2022, vol. 164, no. 5, pp. 47–58

---

ORIGINAL ARTICLE

doi: 10.26907/2541-7738.2022.5.47-58

### Emotional and Evaluative Models in Sports Media Discourse

*G.K. Gimaletdinova* \*, *R.R. Kamalova* \*\*

*Kazan Federal University, Kazan, 420008 Russia*  
E-mail: \* [gim-nar@yandex.ru](mailto:gim-nar@yandex.ru), \*\* [kmlv0909@gmail.com](mailto:kmlv0909@gmail.com)

Received July 25, 2022

#### Abstract

This article considers the phenomenon of emotional evaluation in sports media discourse, with a particular focus on its stylistic features in the English and Italian languages. The topic has received much attention recently due to the growing interest both in sports and in the ways emotional evaluation is expressed in different types of discourse. Our study is based on sports media texts published by 17 English newspapers and 11 Italian periodicals during the 2020 UEFA European Championship. Continuous sampling revealed 1444 cases of emotional evaluation expressed by means of epithets: 720 and 724 units in the English and Italian texts, respectively. A comparative survey of the language units selected as the ones expressing the subjective attitudes of the authors of the newspaper articles was conducted. The textual features of the newspaper articles were examined. The meaning of each unit and its most likely semantic interpretation were determined by the method of semantic analysis. The contextual use of the units

was revealed by the method of contrastive stylistic analysis. The obtained results led to a number of generalizations. They demonstrated that epithets are widely used to express emotional evaluations and thus effectively influence interlocutors in sports media discourse. Furthermore, the comparative analysis showed that English and Italian linguistic cultures are generally similar in terms of expressing subjective evaluations, both positive and negative, which could indicate the universality of sports events coverage and commentary. Finally, we found that the models of emotional evaluation typical of sports discourse that are based on the use of epithets can be considered universal categories employed to describe other stylistic devices and tropes as well.

**Keywords:** sports media discourse, emotional evaluation, epithet

### Figure Captions

Fig. 1. Comparison of the emotional evaluation of English and Italian epithets in sports media discourse, %.

### References

1. Kudrin S.A. Basic metaphors of sports discourse as text-generating models. *Extended Abstract of Cand. Philol. Diss.* Moscow, 2011. 20 p. (In Russian)
2. Belyutin R.V. German sports discourse as an object of linguometaphorological research. *Uchenye Zapiski Orlovskogo Gosudarstvennogo Universiteta. Seriya: Gumanitarnye i Sotsial'nye Nauki*, 2018, no. 1, pp. 84–89. (In Russian)
3. Belyutin R.V. German sports discourse: The history of pragmasemantic and linguocognitive research. *Extended Abstract of Doct. Philol. Diss.* Smolensk, 2019. 38 p. (In Russian)
4. Snyatkov K.V. Television sports discourse: Aspects of communicative and pragmatic analysis. *Izvestiya RGPU im. A.I. Gertsena*, 2007, no. 14, pp. 189–194. (In Russian)
5. Sharafutdinova S.V. Sports analytics article as a genre of media discourse. *Vestnik Chelyabinskogo Gosudarstvennogo Universiteta*, 2009, no. 34, pp. 141–144. (In Russian)
6. Zainul'dinov A.A. On the correlation of semantic categories: [expressiveness [emotionality [emotional evaluation]]]. *Mir Russkogo Slova*, 2009, no. 2, pp. 28–34. (In Russian)
7. Solodilova I.A., Shepelya I.V. Evaluativity and emotiveness in the word's semantics. *Vestnik Orenburgskogo Gosudarstvennogo Universiteta*, 2015, no. 1, pp. 172–178. (In Russian)
8. Benveniste E. Subjectivity in language. In: Benveniste E. *Obshchaya lingvistika* [General Linguistics]. Moscow, Progress, 1974. pp. 292–300. (In Russian)
9. Arutyunova N.D. Discourse. In: Yartseva V.N. (Ed.) *Lingvisticheskii entsiklopedicheskii slovar'* [The Encyclopedic Dictionary of Linguistics]. Moscow, Sov. Entsikl., 1990, pp. 136–137. (In Russian)
10. Van Dijk T.A. On the definition of discourse. Available at: <http://psyberlink.flogiston.ru/internet/bits/vandijk2.htm>. (In Russian)
11. Van Dijk T.A. *Yazyk. Poznanie. Kommunikatsiya* [Language. Cognition. Communication]. Moscow, Progress, 1989. 312 p. (In Russian)
12. Kibrik A.A. Discourse analysis in a cognitive perspective. *Doct. Philol. Diss.* Moscow, 2003. 90 p. (In Russian)
13. Kibrik A.A. Cognitive research on discourse. *Voprosy Yazykoznaniiya*, 1994, no. 5, pp. 126–137. (In Russian)
14. Zilbert A.B. Sports discourse: Points of intersection with other discourses (problems of intertextuality). *Yazyk, Soznanie, Kommunikatsiya*, 2001, no. 19, pp. 103–112. (In Russian)
15. Veselovskii A.N. *Istoricheskaya poetika* [Historical Poetics]. Moscow, Vyssh. Shk., 1989. 648 p. (In Russian)
16. Tomashevskii B.V. *Stilistika i stikhoslozhenie* [Stylistics and Versification]. Moscow, FLINTA, 2019. 536 p. (In Russian)
17. Bulakhova N.P., Skovorodnikov A.P. On the definition of the concept of epithet (preparation for a functional description). *Ekologiya Yazyka i Kommunikativnaya Praktika*, 2017, no. 2, pp. 122–138. (In Russian)

18. Kiseleva L.A. *Voprosy teorii rechevogo vozdeistviya* [Problems of the Theory of Linguistic Influence]. Leningrad, Izd. Leningr. Univ., 1978. 160 p. (In Russian)
- 

⟨ **Для цитирования:** Гималетдинова Г.К., Камалова Р.Р. Эмоционально-оценочные модели спортивного медиадискурса // Учен. зап. Казан. ун-та. Сер. Гуманит. науки. – 2022. – Т. 164, кн. 5. – С. 47–58. – doi: 10.26907/2541-7738.2022.5.47-58. ⟩

⟨ **For citation:** Gimaletdinova G.K., Kamalova R.R. Emotional and evaluative models in sports media discourse. *Uchenye Zapiski Kazanskogo Universiteta. Seriya Gumanitarnye Nauki*, 2022, vol. 164, no. 5, pp. 47–58. doi: 10.26907/2541-7738.2022.5.47-58. (In Russian) ⟩