*ВИКТОРИЯ ПОКИДОВА*

*pokidovav16@gmail.com*

# РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ РОССИИ В СПОРТИВНОМ ДИСКУРСЕ РОССИЙСКИХ СМИ (на примере «Российской Газеты» и интернет-портала Sports.ru)

*В статье рассматривается медиаобраз страны в рамках спортивного дискурса отечественных СМИ. Приводится сравнительный контент-анализ российского общественно-политического издания и специализированного интернет-портала.*

*Ключевые слова: медиаобраз, репрезентация, контент-анализ, спортивный медиадискурс.*

# REPRESENTATIONS OF RUSSIA IN SPORT DISCOURSE OF RUSSIAN MEDIA (case of “Rossijskaya Gazeta” and e-portal Sports.ru)

*The paper discusses the media image of the country in terms of sport discourse of Russian media. The author makes the comparative content analysis of a Russian current-affairs newspaper and a specialized sport internet resource.*

*Key words: media image, representation, content-analysis, sport media discourse.*

Мы живем в постиндустриальном обществе, в век инновационных технологий и всеобъемлющего информационного пространства. Средства массовой информации, вначале появившиеся как чисто технические способы трансляции, фиксации, тиражировании и консервации информации и художественной продукции, очень скоро превратились в мощнейшее средство воздействия на массовое сознание. Благодаря сети Интернет СМИ в последнее время становятся единственным источником информации для подавляющего большинства людей, именно поэтому их роль в формировании образа повседневной действительности неуклонно растёт. Сегодня ни у кого не остаётся сомнений, что масс-медиа действительно оказывают влияние на настроение и мнение общественности. Отсюда появляется необходимость изучения сущности медийного образа как феномена, порождённого СМИ (Галинская, 2013: 91).

Спортивная информация стала частью повседневной жизни. Ежедневно мы следим за результатами прошедших соревнований,

обсуждаем условия перехода любимого футболиста в новый клуб, а также интересуемся скандальными фактами из жизни спортсменов и даже спортивных федераций. Однако средства массовой информации не только освещают прошедшие спортивные соревнования, но и пропагандируют здоровый образ жизни. В последнее время занятия физической культурой становятся всё более популярными у молодёжи и старшего поколения. Родители чаще отводят своих детей в спортивные секции и сами охотно выполняют физические упражнения. А это значит, что интерес к спортивной информации с каждым годом только возрастает, заставляя медиакорпорации применять новые способы подачи информации для поддержания интереса у аудитории.

В последние десятилетия всё чаще спортивные соревнования международного масштаба (Олимпиады, Чемпионаты мира, континентальные чемпионаты и т.д.) интегрируются в глобальную политическую повестку. Международные конфликты, сложные геополитические отношения, напряжённые отношения между отдельными странами часто влияют на ход и содержание спортивных соревнований. Медийное освещение околоспортивных скандалов, как правило, затрагивает не только имидж спортсменов и тренеров, но и государства, которое они представляют. Так, санкционный режим, введённый международным сообществом против России, коснулся, в том числе, и спорта. Серия антидопинговых скандалов, связанных с российскими спортсменами, широко и активно обсуждается в мировых СМИ, составляет часть медиаобраза государства и не может не сопровождаться реакцией со стороны российских СМИ. Мы убеждаемся, что государство является важным элементом спортивной медийной повестки. И если репрезентации государства в спортивном медиадискурсе носят в той или иной степени ангажированный и мотивированный характер, то, по всей видимости, существуют различия в медиаобразах государства в зависимости от типа СМИ и его государственной принадлежности.

Наиболее общим термином по отношению к освещению реальности в СМИ является «репрезентация» — опосредованное представление образов в сознании человека. В своей работе журналист всегда будет пропускать медиатекст через себя, а значит информация, которая доходит до адресата, проходит через фильтр его внутреннего субъективного мироощущения.

А.П. Короченский отмечает, что «проблемы намеренного или случайного искажения знания об окружающем мире существуют всегда, пока происходит передача информации в обществе. <…> Искажение нарастает на этапе потребления информации под влиянием коммуникационных условий её приема и индивидуальных особенностей восприятия, свойственных получателям медийных посланий» (Короченский, 2002: 22)

В данной статье мы представим результаты контент-анализа российских СМИ, освещающих тему спорта в своих материалах. Для исследования спортивного дискурса в российских медиа мы взяли журналистские тексты, опубликованные в общественно-политическом издании «Российская газета» (далее «РГ») и на интернет-портале Sports.ru (далее SR). Всего нами было проанализировано 1584 материала, напрямую касающихся крупных международных соревнований, в которых принимала участие сборная России и российские спортсмены. Главными международными состязаниями для нас стали Кубок Конфедераций, Чемпионат мира по футболу 2018 года и зимние Олимпийские игры в Пхёнчхане. В связи с этим основными видами спорта, на которые мы делали упор в статье, напрямую относятся к упомянутым выше соревнованиям, а, следовательно, ограничиваются футболом и зимними дисциплинами, входящими в программу Олимпийских игр.

Общественно-политическое издание «РГ» учреждено Правительством Российской Федерации и является официальным государственным изданием. После публикации в газете вступают в силу российские законодательные документы.

Издание печатается в 91 городе страны, а её тираж составляет 160 000 экземпляров. Для нашего анализа мы взяли материалы, опубликованные на официальном сайте. Всего 924 материала.

В «РГ» журналисты рассказывают о спорте в отдельной одноимённой рубрике, здесь они собирают все новости российского и зарубежного спорта, а также рассуждают на околоспортивные темы. В основном в журналистских текстах корреспонденты используют информационные жанры: заметку, интервью, анонсы, репортажи, а также аналитические — анализ, обзор и мнение.

Спортивные новости издания можно разделить на несколько групп в соответствии с тематикой. Наиболее многочисленными являются такие группы, как:

***Спортивные соревнования, в которых принимают участие российские спортсмены*** — 274 материала (или 30% публикаций).

В преддверии крупных международных соревнований главными темами становятся подготовка к чемпионату сборной, оборудование материально-технической базы, а также новости организационного комитета: «*В Ростове-на-Дону завершены работы по строительству стадиона к чемпионату мира по футболу*» («РГ», от 21.12.2017); «*Определились все участники чемпионата мира по футболу-2018*» («РГ», от 16.11.2017); «*Открылась регистрация зрителей на матчи ЧМ по футболу 2018 года*» («РГ», от 30.10.2017).

***Околоспортивная деятельность*** — 257 материалов (или 27% публикаций).

Активно обсуждается и околоспортивная тематика, поведение болельщиков и т.д.: «*Болельщики подали 2 млн заявок на ЧМ 2018*» («РГ», от 10.10.2017);

***Победы и поражения российских атлетов на различных соревнованиях*** — 149 материалов (или 16% публикаций).

В своих медиатекстах журналисты ежедневно рассказывают о победах и поражениях российских спортсменов, о чём мы можем узнать уже на уровне заголовков: «*Российская молодёжка обеспечила себе выход в четвертьфинал ЧМ*» («РГ», от 29.12.2017); «*Что показала первая победа сборной России на молодёжном ЧМ по хоккею*» («РГ», от 29.12.2017); «*Смолов попал в топ-100 лучших футболистов мира*» («РГ», от 25.12.2017).

***Скандалы, возникающие вокруг российского спорта*** — 126 материалов (или 14% публикаций).

Конечно, наиболее интересной и любимой темой для журналистов становятся скандалы, которые разгораются вокруг спортсменов в преддверии или вовремя проведения соревнований. Последний подобный информационный всплеск произошёл в связи с допинговым скандалом, в эпицентре которого оказалась Россия. Его история началась ещё в 2016 году в преддверии летних Олимпийских игр в Рио-де-Жанейро. В результате представленного 18 июля 2016 года доклада независимого эксперта Всемирного антидопингового агентства (далее ВАДА) Ричарда Макларена Российская паралимпийская сборная в полном составе была отстраненна от участия в Олимпийских играх 2016 года.

Развитие конфликта принесло ещё большие проблемы для российских спортсменов. В связи с обвинениями о неправомерном употреблении лекарственных препаратов атлетами руководство Международного олимпийского комитета (далее МОК) приняло решение отстранить сборную от участия в XXIII зимних Олимпийских играх 2018 года в Пхёнчхане. Конечно, такой скандал не мог пройти мимо отечественных и зарубежных средств массовой информации.

Отстранение России от Олимпиады бурно обсуждается в прессе и по сей день: «*Международный олимпийский комитет (МОК) огласил решение по вопросу участия российских спортсменов в зимней Олимпиаде-2018 в Пхенчхане. Наши атлеты допущены до соревнований с серьезными ограничениями - они смогут выступать лишь в нейтральном статусе.*

*Точная формулировка решения еще более строга: Россия отстранена от Игр. Отдельные спортсмены, чья невиновность в нарушении антидопинговых правил будет доказана, смогут выступить под олимпийским флагом. Их будут называть "Олимпийскими атлетами из России", соответственно, на их форме*

*не будет флага нашей страны, а на церемониях не будет звучать российский гимн. А определять, кто именно сможет выступить в Пхенчхане, будет Независимая организация допинг-тестирования, учрежденная весной этого года. Кроме того, был принят ряд жестких решений в отношении российских спортивных чиновников»* («РГ», от 05.12.2017).

Подобное решение МОК положило большую тень на образ Российской Федерации и её атлетов в международном масштабе. Своё мнение по этому поводу высказали российские и зарубежные государственные деятели, а также спортсмены, как действующие, так и уже завершившие свою карьеру: «*Мы без всякого сомнения не будем объявлять никакой блокады, не будем препятствовать нашим олимпийцам принимать участие, если кто-то из них захочет — в личном качестве», — заявил Владимир Путин*» («РГ», от 06.12.2017).

«*Пока нет абсолютно спокойных, взвешенных рассуждений. Не было, по крайней мере, до того, как Президент России (правильно, я считаю) сделал заявление, — приводит слова Лукашенко агентство БЕЛТА. — Каждый спортсмен, если он хочет, должен поехать под любым флагом на Олимпиаду. Если бы это, не дай бог, случилось с белорусами, я бы поступил точно так. Ты можешь, это твоя жизнь, езжай и показывай результат*». («РГ», от 08.12.2017).

***Государственная поддержка спорта в стране*** — 61 материал (или 7% публикаций);

Обсуждают в издании и деятельность властей в области спорта, а именно их действия во время допингового скандала, внутренние реформы, а также помощь спортсменам и командам во время в свободное от соревнований время: «*Кабмин одобрил законопроект о безвизовом въезде в РФ на ЧМ 2018*» («РГ», от 27.12.2017); «*Сорокин станет председателем оргкомитета «Россия-2018» вместо Мутко*» («РГ», от 27.12.2017).

***Личная жизнь спортсменов*** — 57 материалов (или 6 % публикаций);

Не обходят стороной и внеспортивную жизнь спортсменов. Часто в материалах издания появляются новости о личной жизни спортсменов: и свадьба, и политические взгляды, и другая внеспортивная деятельность: «*Российская баскетболистка решила стать самой высокой моделью в мире*» («РГ», от 02.08.2017), «*Мозякин объявил о вступлении в Putin team*» («РГ», 29.12.2017).

В начале нашего исследования стоит определиться с основными речевыми номинациями, которые используют авторы в своих текстах для обозначения главных субъектов публикаций: «*спортсмен*» (1176 раз), «*атлет*» (436 раз), «*сборная России*» (1428 раз), «*олимпийский чемпион*» (284 раза), «*медалист*» (150 раз), «*чемпион мира*» (288 раз), «*участники*» (368 раз), «*команда*» (2016 раз), «*сборная*» (504 раза),

«*лидер*» (840 раз), «*фаворит*» (99 раз), «*победитель*» (86 раз), «*игрок*» (924 раза), «*чемпион Европы*» (66 раз), «*чемпион*» (189 раз), «*призёр*» (94 раза) и т.д. Стоит также отметить определение «*наши*» (1008 раз), «*россияне*» (1260 раз), «*Россия*» (588 раз), часто встречающееся в публикациях в адрес российских спортсменов, тем самым стимулируя в читателе чувство патриотизма и сопричастности к событию. Номинация «*подопечные*» (504 раза) также часто встречается в текстах «РГ». Чаще всего она используется в контексте сообщений, описывающих деятельность спортсмена или команды под предводительством главного тренера или руководителя.

В материалах, посвященных определённому виду спорта, мы также можем заметить следующие номинации: «*хоккеист*» (336 раз), «*футболист*» (672 раза), «*фигуристка*» (107 раз), «*конькобежец*» (13 раз) и т.п. Эти определения дают нам понять, в каком виде спорта проявил себя тот или иной человек, а также сформировать о нём представления, как о спортсмене.

Важными участниками дискурса также выступают люди, отвечающие за подготовку команд и атлетов к соревнованиям. Чаще всего в издании журналисты используют номинации «*тренер*» (1260 раз), «*тренерский штаб*» (156 раз), «*специалист*» (76 раз), «*наставник*» (28 раз).

Также важную роль в спортивном дискурсе «РГ» об околоспортивных событиях играют такие номинации, как «*болельщики*» (1092 раза), «*зрители*» (336 раз), «*посетители*» (201 раз), «*фанаты*» (168 раз), «*гости*» (362 раза) — наравне со спортсменами они нередко выступают главными героями журналистских публикаций.

Ещё одни участники дискурса — члены и руководители международных спортивных организаций, политики. В группе публикаций, где говорится об их деятельности, они выступают в качестве главных героев публикаций. К ним применяются номинации «*председатель*» (94 раза), «*руководитель*» (85 раз), «*глава*» (44 раза) это позволяет проинформировать читателя о деятельности данных субъектов и определить их роль в спортивном дискурсе на вербальном уровне.

Отдельное внимание стоит уделить таким субъектам дискурса, как агенты ВАДА. Чаще всего при их определении журналисты используют следующие речевые номинации: «*перебежчики*» (14 раз), «*информаторы*» (32 раза), «*беглец*» (1 раз), а само ВАДА в некоторых текстах определяется как «*покровители*» (16 раз), «*кукловоды*» (1 раз), «*функционеры*» (1 раз) — все они заранее дают читателю негативную оценку действий субъектов.

Что касается глаголов, то наиболее часто встречаются: «*играть*», «*забил*», «*завоевал*», «*обыграла*», «*проиграла*», «*пробилась*»,

«*завершился*», «*боролись*», «*добилась*» и др. — все они демонстрируют результативную деятельность субъектов публикаций.

Профессиональная лексика и терминологическая лексика спортивного дискурса представлена в текстах СМИ в ограниченном количестве. В основном корреспонденты используют известные аудитории термины, для наиболее точного определения действия в рамках конкретной ситуации, а именно в материалах, посвящённых анализу соревнований и описанию конкретных спортивных моментов: «*гол*», «*штрафная*», «*буллиты*», «*дубль*», «*тайм*», «*хет-трик*», «*период*», «*сет*», «*форвард*», «*голкипер*», «*хавбэк*» и др.

Что касается жаргонизмов, то в данном издании они появляются крайне редко, что связано с невысокой степенью ориентированности аудитории. В основном журналисты стараются использовать распространённые в обществе жаргонизмы «*молодёжка*» — молодёжная сборная, «*регулярка*» — регулярный чемпионат, «*рамка*» — ворота в футболе, «*банка*» — забитый мяч.

В целом Российская Федерация в представлении журналистов издания является «великой спортивной державой». Это видно на уровне текстов, а также в употребляемых корреспондентами тропах и стилистических приёмов.

При определении российской команды и её спортсменов журналисты используют следующие **эпитеты:** «*замечательная пара*», «*ведущий российский биатлонист*», «*лучшие тренеры*», «*Великая держава*», «*спортивная держава*», «*прославленный спортсмен*», «*прославленный тренер*», «*лидер мирового фигурного катания*», «*чистая, замечательная мировая спортсменка*», «*знаменитый российский хоккеист*». Также МОК, ВАДА и его агенты представлены в медиатекстах с противоположной стороны. В их адрес журналисты могут использовать следующие прилагательные: «*психически неустойчивое лицо*», «*сумасшедший*».

В рамках допингового скандала журналисты описывают нашу сборную с позиции жертвы, прибегая при этом к следующим **сравнениям**: «*Отказать таким спортсменам в Олимпиаде — это фактически сломать их жизнь*» («РГ», от 07.12.2017), «*То, что происходит в последнее время с отечественными спортсменами, напоминает судилище*» («РГ», от 04.12.2017),

Чтобы придать материалам яркости и экспрессивности корреспонденты прибегают к **антитезам**. Это помогает добавить в текст контрастности, более точно передать характер персонажа, а зачастую и личное мнение автора в конкретной ситуации: «*Если кто-то скажет мне, что я не должен ехать, меня это не волнует. Я просто поеду*» («РГ», от 05.04.2017); «*Пресс-служба МОК сама обнародовала информацию о том, что в период с 1 апреля по 31 октября россияне сдали 1240 допинг-проб! Вторыми с заметным*

*отставанием по данному показателю стали немцы (844), далее в списке следуют канадцы (504), американцы (433) и шведы (403).Но чистые пробы россиян при вынесении решений в расчет почему то не берутся…»*; «*Дневники экс-главы московской антидопинговой лаборатории, а ныне перебежчика и информатора Всемирного антидопингового агентства (ВАДА) Григория Родченкова на Западе воспринимают как стопроцентное доказательство вины атлетов*» («РГ», от 04.12.2017);

Чтобы рассмотреть вопрос или проблему в тексте с разных сторон, добавить аргументации в публикацию, авторы используют **цитирование**. Стоит отметить, что в материалах СМИ цитаты приводят как в прямой речи, так и косвенно: «*Александр Лукашенко подчеркнул, что наши атлеты могут доказать несправедливость решения МОК: «Эту проблему Россия может решить красиво, доказав всему миру, что она — великая спортивная держава и по отношению к ней поступили несправедливо, если российские спортсмены туда поедут и выиграют и в сноуборде, и в лыжных гонках, и в биатлоне, в шорт-треке, и в хоккее*» («РГ», от 08.12.2017); «*Идет настоящая война, но Игры без русских не получатся. У нас есть ген — побеждать*» («РГ», от 04.12.2017); «*Хоккей на льду и фигурное катание — два самых зрелищных вида спорта на зимних Олимпиадах. Представителей НХЛ точно не будет, уберите еще россиян, всю КХЛ — на кого тогда смотреть? А как представить состязания по фигурному катанию без россиян?» — вопрошают издания, напоминая также на сильные позиции РФ в лыжах, биатлоне и ряде иных дисциплин*» («РГ», от 19.11.2017); «*МОК задает вопрос: «посмеете ли вы указывать Овечкину, что ему делать?*» («РГ», от 06.04.2017).

Специализированный интернет-портал Sports.ru позиционирует себя, как платформа для общения о спорте во всех его проявлениях. Среднемесячная аудитория портала составляет более 7 миллионов пользователей, а сам проект представлен во всех социальных сетях и технологических платформах. Как заявляет главный редактор издания Юрий Дудь, авторов SR интересуют не только новости мирового спорта, но повседневная, личная жизнь спортсменов и околоспортивная деятельность.

На главной странице сайта мы можем увидеть турнирную таблицу чемпионатов в различных видах спорта. Основные темы вынесены в отдельные рубрики, среди которых: «Пхенчхан-2018». «ЧМ 2018», «Хоккей», «Футбол», «Баскетбол», «Авто/мото», «Биатлон», «Теннис», «Бокс/MMA/UFC», «Фигурное катание», «Прочие» и «Ставки». Для нашего анализа мы выбрали рубрики напрямую связанные с зимними олимпийскими видами спорта и Чемпионатом мира по футболу.

Жанровая составляющая портала представлена в более широком

спектре, в отличие от «РГ»: к уже представленным жанрам прибавляются текстовые онлайн трансляции, статистические данные, видеоролики, а также развлекательный контент в виде тотализаторов и интерактивных тестов и игр.

В рамках нашего исследования мы проанализировали 660 материалов, напрямую связанных с предметом работы. Как и в случае с «РГ» медиатексты, опубликованные на сайте мы разбили на несколько групп:

***Спортивные соревнования, в которых принимают участие российские спортсмены*** — 122 материала (или 18% публикаций).

На портале публикуются новости о прошедших спортивных событиях, в которых принимали участие россияне. Проводят подробный анализ соревнования, а также анализируют работу наших спортсменов, прогнозируют их дальнейшую судьбу и приводят примеры удачных выступлений: «*Не заладилось у* ***Максима Цветкова****, который славится именно стабильной стрельбой. На стойке он угодил в мощный порыв и допустил 6 (!) промахов. Это 3 штрафных круга и 450 лишних метров*» (SR, от 11.12.2017), «*Забил в итоге ЦСКА: мяч перед самым перерывом залетел в ворота от спины Дзагоева. Судьям пришлось уходить в подтрибунку в сопровождении Маты и Блинда, которые жаловались на незафиксированный офсайд у «десятки» ЦСКА*» (SR, от 06.12.2017).

***Околоспортивная деятельность*** — 278 материалов (или 42% публикаций).

Активно обсуждается околоспортивная тематика: поведение болельщиков, подготовка стадионов к тем или иным соревнованиям, рассказывают о деятельности спортивных медиа, истории спорта, трансферной кампании и т.д.: «*Сразу четыре игрока сборной России – Антон и Алексей Миранчуки, Александр Головин и Георгий Джикия – внезапно стали гостями «Вечернего Урганта». Это был разогрев главного мероприятия декабря — жеребьевки чемпионата мира, которую в пятницу покажет именно «Первый канал»* (SR, от 30.11.2017); «*Первый трансфер зимы в чемпионате России неожиданно оформил «Зенит»: за полтора миллиона евро куплен форвард «Тосно» Антон Заболотный*» (SR, от 15.12.2017).

***Победы и поражения российских атлетов на различных соревнованиях*** — 88 материалов (или 13% публикаций).

Конечно, журналисты не обходят стороной успехи и неудачи российских спортсменов, активно обсуждая это в своих медиатекстах и разбирая ошибки, которые допустили россияне: «*Заканчивается 2017-й – хоккей, который Брагин ставит сборной, исписан вдоль и поперек, а слова все равно подбираются с трудом. Я уверен, что коллеги из изданий, где в отчетах до сих пор видят какой-то сакральный смысл,*

*по ходу третьего периода накидали пунктов типа «сборная не та», «мы хуже чехов, караул» или «армянская диаспора не выручает», а потом Рубцов находит Каюмова на пятаке, Семин попадает с синей линии – и 4:5, мы вшестером атакуем, и все зрители на столах, кричат «Давить! Давить!»* (SR, от 27.12.2017).

***Скандалы, возникающие вокруг российского спорта*** — 75 материалов (или 11% публикаций)

В преддверии Олимпийских игр в Южной Корее и Чемпионата мира по футболу разгорается немало скандалов, о которых корреспонденты портала не против поразмышлять. Главными темами до сих пор остается допинговый скандал вокруг российских атлетов, а также издание активно обсуждает конфликт с телеканалом «Матч.ТВ»: «*Не сегодня так завтра, не завтра так послезавтра вы снова наткнетесь на очередную новость про судебную тяжбу «Матча» и Sports.ru. У кого-то из вас появится мысль*: «*Не, Спортсы – веселые ребята, конечно, но раз на них попер «Матч», значит, точно что-то есть. Все-таки большая госкорпорация, там все очень грамотные – и юристы, и стратеги, и руководство*» (SR, от 10.06.2017); «*Сборная России продолжает терять сочинские медали. Сегодня МОК лишил двух серебряных наград саночников – наказали Альберта Демченко и Татьяну Иванов*» (SR, от 22.12.2017).

***Личная жизнь спортсменов*** — 86 материалов (или 13 % публикаций).

Одной из самых популярных тем интернет-портала является личная жизнь российских спортсменов. Авторы бурно обсуждают выход новой книги российской теннисистки Марии Шараповой, неспортивное поведение футболиста Александра Кокорина и свадьбу капитана сборной России по хоккею Александра Овечкина: «*Нападающий «Зенита» громко отпраздновал свадьбу друга – полузащитника «Крыльев Советов» Алана Чочиева – в Северной Осетии. В сторис инстаграма Кокорина появилось видео, где он вместе с другими гостями танцует лезгинку*» (SR, от 25.12.2017); «*Капитан «Вашингтона» Александр Овечкин и модель Анастасия Шубская сыграли свадьбу в День семьи. Торжественная церемония бракосочетания проходит сейчас в Барвихе*» (SR, от 09.07.2017).

***Государственная поддержка спорта в стране*** — 11 материалов (или 2% публикаций).

Не менее важной темой остаётся деятельность властей в области спорта. Журналисты рассказывают о новых законах, перестановках в правительстве и поддержке государством отечественного спорта: «*Президент Российского футбольного союза зачистил вокруг себя все пространство. Сейчас нет ни одной фигуры, способной бросить вызов главенству Виталия Мутко в футболе ни по статусу, ни по влиянию. До 2018 года весь футбол, похоже, отдан вице-премьеру под*

*контроль. И если не случится чего-то экстраординарного (например, жесткого провала сборной России на Кубке конфедераций или прямого вмешательства политики), президенту РФС ничего не угрожает*» (SR, от 15.05.2017).

Основные номинации, которые авторы используют в текстах, также совпадают с изданием, которое мы проанализировали ранее, однако частота использования речевых определений иногда разнится.

Так, издание SR чаще всего используют номинации «*Россия*» (2008 раз), «*россияне*» (1180 раз), «*наши*» (532 раза), «*сборная России*» (1823 раза) — как и в случае с «РГ» такие номинации помогают стимулировать у читателя чувство патриотизма и сопричастности с командой. Наиболее часто в текстах можно встретить речевые номинации «*спортсмен*» (925 раз), «*атлет*» (344 раза), «*сборная*» (338 раз), «*команда*» (663 раза), «*чемпион*» (183 раза), «*олимпийский чемпион*» (58 раз), «*чемпион мира*» (41 раз), «*чемпион Европы*» (12 раз), «*медалист*» (84 раза), «*призёр*» (77 раз), «*игрок*» (482 раза), «*участник*» (132 раза), «*лидер*» (126 раз), «*победитель*» (85 раз), «*фаворит*» (41 раз), «*подопечные*» (134 раза), «*хозяева*» (21 раз).

Ещё одной распространённой категорией субъектов спортивного дискурса, используемой журналистами портала, стали «*болельщики*» (2839 раз), реже встречаются речевые определения «*фанат*» (331 раз), «*поклонник*» (284 раза), «*зритель*» (461 раз), «*посетитель*» (140 раз).

Данные номинации проявляются уже на уровне заголовков: «*Лучший матч России при Черчесове. Прекрасные 3:3*» (SR, от 15.11.2017); «*Форма сборной России на ЧМ 2018. В стиле ретро*» (SR, от 05.11.2017); «*Как заставить чужих болельщиков замолчать*» (SR, от 11.10.2017).

Чаще всего журналисты стараются избегать употребления глаголов в заголовках, заменяя их знаками препинания: «*У Медведевой – перелом ноги. А как же Олимпиада?*» (SR, от 13.12.2017); «*Нейтральный флаг – что это?*» (SR, от 06.12.2017); «*Сборная России у Урганта. 6 слов в минуту и грусть*» (SR, от 30.12.2017). Однако они активно употребляются в медиатекстах, наиболее распространённые из них: «*забила*», «*отобрал*», «*сыграла*», «*болеть*», «*играть*», «*выйти*», «*исполнил*» и другие.

Помимо номинаций, в своих заголовках авторы нередко используют цитаты: «*Включают наш трек — через 20 секунд мы выигрываем матч». Рэперы на хоккее в Челябинске*» (SR, от 20.12.2017); «*Да! Это моя машина!». Малкин уделал Кросби в гонках на Замбони*» (SR, от 14.12.2017).

В отличие от «РГ» портал не пренебрегает профессиональной лексикой и терминологией. Практически в каждом тексте журналисты используют профессионализмы для более точной передачи ситуации. Например, «*масс-старт*» — вид соревнований в биатлоне,

«*трансфер*» — переход игрока из одной команды в другую, «*офсайд*» — положение вне игры в футболе, «*плей-офф*» — финальная стадия чемпионата, «*легионер*» — иностранный игрок в команде, «*сейв*» — спасение ворот от летящего в них мяча/шайбы «*дерби*» — игра соперников из одного города или региона и др.

Жаргонизмы — ещё одно любимое средство журналистов издания. Как и терминологию их используют для придания тексту большей экспрессивности: «*болелы», «горчичник», «бортануть», «лавка», «подкидка», «молодёжка», «армейцы», «красно-белые», «подтрибунка*» и другие.

В своих материалах журналисты издания любят использовать выразительные средства языка, для придания публикации большей экспрессии, тем самым вызывая у читателя ответную реакцию (положительную или отрицательную). Авторы стараются подобрать к материалам наиболее красочную лексику. Например, для более образного выражения очень часто применяются **эпитеты**: «*главное дерби», «чужие ворота», «классический форвард», «вынужденная замена», «результативный пас», «зрелищная игра», «победная шайба*» и т.д.

В текстах корреспонденты активно употребляют **сравнения**: «*тяжело дышать и вообще как в финской сауне», «факты можно было понять, исходя из общей картины, подобно тому, как содержание потерянных кусочков пазла можно угадать по уцелевшим», «тренировки после травмы казались адом», «организм уже адаптировался к такому состоянию, и, начиная с нуля, буквально умирал», «стрельба остальных — катастрофа*». **Метафоры**: «*снайпер*» — об Александре Овечкине, забившим больше всего шайб в Национальной хоккейной лиге, «*красная машина*» — о российской хоккейной команде, «*вечеринка*» — о жеребьёвке к Чемпионату мира по футболу 2018.

Зачастую в текстах появляются **просторечные слова и заимствования**, которые также придают эмоциональную окраску публикациям: «*фишка», «бэкграунд», «мочить», «зажигать», «слабаки», «заезжать в двадцатку*» и др.

Подводя итог, проведённому нами анализу отечественных изданий, которые в своих материалах затрагивают спортивную тематику, мы можем сделать выводы, что спортивный дискурс реализуется в изданиях в несколько различных аспектах. Главными темами остаются спортивные соревнования, в которых участвуют россияне, победы и поражения русских спортсменов, их личная жизнь, а также поддержка спорта государством, спортивные скандалы и околоспортивная жизнь (см. таблицу 1).

*Таблица 1*

| № п/п | Тематика публикаций | Количество публикаций (%) | |
|---|---|---|---|
| | | «РГ» | Sports.ru |
| 1. | Спортивные соревнования, в которых принимают участие российские спортсмены | 30 | 18 |
| 2. | Околоспортивная деятельность | 27 | 42 |
| 3. | Победы и поражения российских атлетов на различных соревнованиях | 16 | 13 |
| 4. | Скандалы, возникающие вокруг российского спорта | 14 | 11 |
| 5. | Государственная поддержка спорта в стране | 7 | 2 |
| 6. | Личная жизнь спортсменов | 6 | 13 |

Из таблицы видно, что в то время как «РГ» в большинстве своём уделяет внимание именно спортивным состязаниям и победам на них российских атлетов, журналисты интернет-портала SR также делают упор на околоспортивную тематику: подробно рассказывают о трансферных кампаниях, букмекерах, строительстве и реконструкции стадионов и жизни болельщиков.

Еще одним существенным различием в спортивном дискурсе изданий выступает лексика, которую авторы используют в своих материалах. В первую очередь оба издания используют большое количество номинаций для определения субъектов публикаций (см. таблицу 2). При выборе номинативных определений авторы руководствуются их званиями, а также оперируют понятиями, вызывающими чувство патриотизма у аудитории и сопричастности к спортивным соревнованиям, в которых участвуют российские атлеты.

*Таблица 2*

| № п/п | Слово | Частота употребления (количество раз) | |
|---|---|---|---|
| | | «РГ» | Sports.ru |
| 1. | «Россия» | 588 | 2008 |
| 2. | «россияне» | 1260 | 1180 |
| 3. | «наши» | 1008 | 532 |
| 4. | «сборная России» | 1428 | 1823 |
| 5. | «спортсмен» | 1176 | 925 |
| 6. | «атлет» | 436 | 344 |
| 7. | «сборная» | 504 | 338 |
| 8. | «команда» | 2016 | 663 |
| 9. | «чемпион» | 189 | 183 |
| 10. | «олимпийский чемпион» | 284 | 58 |
| 11. | «чемпион мира» | 288 | 41 |
| 12. | «чемпион Европы» | 66 | 12 |
| 13. | «медалист» | 150 | 84 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 14. | «призёр» | 94 | 77 |
| 15. | «игрок» | 924 | 482 |
| 16. | «участник» | 368 | 132 |
| 17. | «лидер» | 840 | 126 |
| 18. | «победитель» | 86 | 85 |
| 19. | «фаворит» | 99 | 41 |
| 20. | «подопечные» | 504 | 134 |
| 21. | «хозяева» | 0 | 21 |
| 22. | «болельщики» | 1092 | 2839 |
| 23. | «фанат» | 168 | 331 |
| 24. | «поклонник» | 0 | 284 |
| 25. | «зритель» | 336 | 461 |
| 26. | «посетитель» | 201 | 140 |
| 27. | «гости» | 362 | 0 |

«Российская газета», исходя из предпочтений и уровня осведомлённости своих читателей, использует обычную лексику, лишь изредка употребляя терминологию и жаргонизмы там, где это необходимо. В свою очередь, авторы специализированного портала напротив, употребляют в своих текстах большое количество профессиональной лексики, жаргонизмов, просторечий и заимствований, тем самым придавая публикации экспрессивности и яркости. Зачастую, в текстах и заголовках SR позволяют себе употреблять ненормативную и обсценную лексику.

Но, несмотря на различие в подаче информации, оба издания позиционируют Российскую Федерацию как великую спортивную державу, а её спортсменов лидерами и фаворитами всех чемпионатов. Свою оценку они передают, используя тропы и такие стилистические приёмы, как цитирования и антитезы.

## Список литературы

*Короченский А.П.* «Пятая власть»? Феномен медиакритики в контексте информационного рынка. – Ростов н/Д: Международный институт журналистики и филологии, 2002.

*Галинская Т.Н.* Понятие медиаобраза и проблема его реконструкции в современной лингвистике // Вестник ОГУ. – 2013. - №11 (160). – URL: http://vestnik.osu.ru/2013_11/16.pdf

*Покидова Виктория Олеговна* – магистр журналистики, Белгородский государственный национальный исследовательский университет (г. Белгород)