

ЛЕКСИКО-ГРАММАТИЧЕСКИЕ И СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ СПОРТИВНОЙ НОВОСТНОЙ ПУБЛИЦИСТИКИ (на материале английского языка)

Е.И. Бойчук, Д.А. Янков

Аннотация. В статье представлен анализ англоязычной спортивной новостной публицистики с точки зрения реализации в текстах лексико-грамматических и стилистических средств выразительности речи. Исследование проводится на материале современной американской публицистики, представленной в сети Интернет и сосредоточено на поиске наиболее частотных и активных стилистических средств, которые позволяют выявить механизмы влияния информационного материала на потребителя, чье впечатление от предоставленной информации формируется в зависимости от степени точности передачи и эмоциональной подачи материала. Статья включает теоретический раздел, который посвящен специфике спортивного дискурса в целом, его функциям, основным средствам передачи выразительности текста, а также исследовательской части, которая включает анализ основных лексико-грамматических и стилистических средств, статистику их употребления и языковые особенности, подкрепленные множеством примеров. Основным результатом исследования стало заключение о том, что стилистические средства выразительности составляют около 50% от всех существующих приемов. Наиболее активными являются метонимия и эпитеты. Грамматические средства представлены в гораздо меньшей степени.

Ключевые слова: спортивная публицистика, стилистические средства выразительности, метонимия, эпитеты, эмотивность, функции спортивной публицистики.

Для цитирования: Бойчук Е.И., Янков Д.А. Лексико-грамматические и стилистические особенности спортивной новостной публицистики (на материале английского языка) // Преподаватель XXI век. 2024. № 1. Часть 2. С. 448–461. DOI: 10.31862/2073-9613-2024-1-448-461

© Бойчук Е.И., Янков Д.А., 2024



Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International License
The content is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

LEXICAL, GRAMMATICAL AND STYLISTIC FEATURES OF THE SPORTS NEWS JOURNALISM (Based on the Material of the English Language)

E.I. Boychuk, D.A. Yankov

Abstract. *The article presents an analysis of English-language sports news journalism from the point of view of the implementation of lexical-grammatical and stylistic means of speech expressiveness in the texts. The research is conducted on the material of modern American journalism presented in the Internet and is focused on the search for the most frequent and active stylistic means that allow to reveal the mechanisms of influence of information material on the consumer, whose impression of the provided information is formed depending on the degree of accuracy of transmission and emotional presentation of the material. The article includes a theoretical section, which is devoted to the specifics of sports discourse in general, its functions, the main means of conveying the expressiveness of the text, as well as the research part, which includes the analysis of the main lexical-grammatical and stylistic means, statistics of their use and linguistic features, supported by many examples. The main result of the research has been the conclusion that stylistic means of expressiveness account for about 50% of all existing techniques. The most active are metonymy and epithets. Grammatical means are represented to a much lesser extent.*

Keywords: *sports journalism, stylistic means of expression, metonymy, epithets, emotiveness, functions of sports journalism.*

Cite as: Boychuk E.I., Yankov D.A. Lexical, Grammatical and Stylistic Features of the Sports News Journalism (Based on the Material of the English Language). *Prepodavatel XXI vek. Russian Journal of Education*, 2024, No. 1, part 2, pp. 448–461. DOI: 10.31862/2073-9613-2024-1-448-461

Специфика спортивной публицистики как жанра публицистического стиля

449

Спортивная публицистика представляет собой особое явление, которое порождает множество дискуссий. В эру развития технологий и коммуникации СМИ стали неотъемлемой частью человеческой жизни. Люди ежедневно получают свежие новости, смотрят репортажи и трансляции из любой точки мира в прямом эфире. Объем потребляемой информации возрос, и читатели получили возможность обсуждать, делиться мнением и впечатлениями в один клик с кем угодно на земном шаре. Новые коммуникационные возможности вывели все виды дискурса на другой уровень, и спортивная публицистика не осталась в стороне. Спортивная публицистика рождает поводы для обсуждения, будь то трансляции спортивных событий, репортажи и интервью со спортсменами, но реже предстает предметом обсуждения в научных кругах.

Для ее дальнейшего анализа необходимо ознакомиться с тем, как такой вид дискурса определяют современные исследователи.

В частности, Е.А. Войтик считает, что спортивная публицистика представляет собой особую организованную систему, которая наделена смысловым многообразием и способна формировать свое информационное пространство, т. к. любое спортивное событие, отраженное в СМИ, переходит в ранг медиасобытия. Это в свою очередь может

повлечь за собой изменение масштабов такого события, его новые интерпретации, появление дополнительных смыслов и значений [1].

К.В. Снятков определяет спортивную публицистику как «речь (в устной или письменной форме), которая транслирует смыслы, определяющие спортивную деятельность, и совокупность произведенных текстов, в которых репрезентированы эти смыслы, то есть совокупность речевых произведений, зафиксированных письмом или памятью» [2, с. 25].

В данном исследовании за основу будет взято определение К.В. Сняtkова, т. к. оно представляется наиболее полным и точным.

Говоря о спортивной публицистике, следует упомянуть ее функции. Кроме воздействующей и информационной, здесь мы наблюдаем выполнение иных специфических функций:

1 Пропагандистской.

Она заключается в распространении и внедрении в массовое сознание физкультурно-спортивного знания, чтобы каждый человек получил необходимые сведения о ценности для него спорта и физического развития [3].

2. Агитационной.

Связана с привлечением внимания и развитием у населения интереса к спортивной деятельности [там же].

3. Управленческой.

Сущность этой функции раскрывает ученый О.С. Шустер: «Управление заключается в непосредственном влиянии на саму аудиторию, потребляющую информацию, и в постоянном воздействии на социальные институты спорта» [4, с. 24].

4. Организационной.

Реализуется в том, что средства массовой информации могут выступать как средство организации спортивного движения.

5. Воспитательной.

Ответственна за повышение физической культуры человека, формирование здоровых привычек.

6. Просветительско-образовательной.

Заключается в передаче достоверной информации о том, каким образом и почему человеку необходимо заниматься спортом.

7. Рекламной.

Известные спортсмены своими успехами и рекордами рекламируют различные виды спорта, а также всё, что причастно к победам и успехам.

8. Эстетической.

С помощью демонстрации здоровых и сильных людей СМИ внедряет образцы эстетики в общественное сознание.

9. Развлекательной [3].

Спортивные материалы помогают людям отвлечься от повседневных забот, получить положительные эмоции.

Наряду с приведенными функциями спортивную публицистику характеризуют ее особые черты. Одно из ее основных качеств — запрограммированность оперативных событий, последовательной информации и материалов [5]. Всё, включая транслируемые данные, календарь выпуска материала, репортажи, статьи, можно спланировать

заранее. Существует так называемый спортивный календарь, который составляется перед началом каждого года. В нем указывается все: расписание соревнований, турниров, матчей. С помощью календаря спортивный журналист планирует публикацию своих работ любого характера, будь то устная работа или письменная.

Кроме того, спортивная публицистика напрямую связана с обработкой статистики. Журналист имеет дело с данными протоколов матчей, подсчетами, графиками и таблицами, результатами прогнозов и т. д. Эта информация крайне важна для аудитории, в связи с чем спортивному журналисту приходится оперировать цифрами.

Остальные особенности перекликаются с чертами общего публицистического стиля — актуальностью (когда рассматриваются последние спортивные события), документальностью и фотографичностью (когда дается ссылка на видеорепортажи, передачи, фотографии, использование цитат знаменитых спортсменов), экспрессивностью (при употреблении лексических и синтаксических средств с целью воздействия на аудиторию).

Лексико-грамматические особенности англоязычной спортивной новостной публицистики

Медиадискурсом в целом занимается большое количество исследователей в настоящее время (Л.В. Ухова, Н.А. Пром, С.С. Исакова, В.Н. Степанов, О.А. Попович, В.В. Лабутина, П.Д. Казанцева, А.А. Казаков и многие другие). В работах лингвистов за последние несколько лет в области изучения языковых средств медиадискурса отмечается тенденция к наиболее частотному употреблению таких стилистических средств, как метафора, эпитет, сравнение, ирония и миф. С точки зрения О.М. Пищиной, перечисленные средства содержат в себе определенную семантическую значимость и высокий функциональный потенциал использования для репрезентации действительности, т. е. материалы медиадискурса рассчитаны на быстрое восприятие общественными массами. Автор считает, что новизна и нестандартность при подаче медийного материала появляются при наличии максимального разнообразия репертуара языковых форм, что позволяет быстро переключаться между негативной и позитивной ценностными модальностями буквально одного и того же высказывания или положительной и негативной оценкой самого объекта высказывания [6]. При этом очень важна тональность высказывания, мнение говорящего субъекта о событии.

В исследовании М.С. Мосягиной рассматривается эмотивность современного англоязычного медиадискурса на материале новостных медиатекстов ведущих изданий британской и американской прессы за 2020 год. Автор пришел к выводу о том, что явной становится тенденция использования различных лингвистических средств в двух национальных типах дискурса: британском и американском, что обусловлено национальными признаками менталитета, отражающимися на специфике вербальных средств эмотивности [7].

Рассмотрим наиболее распространенные лексические особенности спортивной новостной публицистики, в частности спортивных новостей:

А. Оценочная лексика

С ее помощью новостям придается заметная эмоциональная окрашенность [8].

Например, для усиления эмотивного значения в спортивном дискурсе используется интенсификатор *very*:

That's a very, very bad start (Это очень, очень плохое начало) [9].

She's done a very good job today (Она сделала очень хорошую работу сегодня) [там же].

Как мы можем заметить, наречие *very* передает как положительное, так и отрицательное отношение к действиям спортсменки.

Б. Просторечия и разговорные элементы

Такие слова могут появляться не столь часто и характеризуют речь субъектов спорта — спортсменов, болельщиков, тренеров и т. д. Кроме того, просторечия могут выражать недовольство: *“How in the heck did it show up here?”*. Разговорное словосочетание *“how in the heck”* точно передает недоумение риэлтора Скотта Сталлингса, которого по ошибке пригласили на турнир «Мастерс» по гольфу. Подобный выбор слов привлекает наше внимание и сближает аудиторию с интервьюируемым.

В. Речевые штампы и клише

Например, до сих пор употребляются словосочетания *“a total team effort — исключительно командная работа”*, *“a win's a win — победа есть победа”*. Мы считаем, что это весьма неудачный способ выполнения экспрессивной функции.

Г. Фразеологизмы

Употребление фразеологизмов разбавляет профессиональный слог спортивных журналистов. Например, единица *“the ball is in your court”* может приобрести значение «теперь все зависит от тебя». Кроме того, установлено, что спорт — это источник появления новых устойчивых выражений:

out in left field — вне рамок чего-либо;

to drop the ball — допустить глупую ошибку.

She is as hard as nails (Она в хорошей форме) [там же];

Simona beats the gun (Она успела до сигнала) [там же].

Д. Каламбуры

В статье британского журнала *iNews* используется каламбур, построенный на многозначности слова *ball* (бал — мяч): *“Why did Cinderella get kicked off the football team? Because she kept running away from the ball!”* [10].

Е. Игра слов

Данный пример стал средством выражения чувств и отношения к предмету комментирования, может обозначить иронию, насмешку, скептицизм, отсутствие надежности и др. В шутке от британского журнала *iNews* *“Why do football players do well in school? They know how to use their heads!”* [там же] автор использует как прямое, так и переносное значение словосочетания *“use someone's head — использовать голову (при решении интеллектуальных задач и отбивании мяча головой)”*.

Грамматические особенности англоязычной спортивной публицистики чаще всего выражаются в специфическом синтаксисе. Для усиления эмотивности употребляется дефис при разделении обычного слова: *“Com-munity”*. Как правило, знаки препинания снижают скорость нашего чтения, и этот прием невольно заставляет нас обратить внимание на конкретное слово.

Еще одно примечательное грамматическое средство — это использование категории простых времен: *Past Simple*, *Present Simple* и *Future Simple*. Такое построение предложений выбрано неслучайно. Снижение количества вспомогательных слов в фразах облегчает восприятие статьи. К примеру, заголовок *“Pot Shot Cost Kirk Title Shot”* выглядит более лаконично и уместно без *Present Perfect*.

При необходимости гиперболизации авторы прибегают к усилительным наречиям (чаще всего, это слово “too”): “Too hot”, “Too slow”.

Легко заметить, что количество грамматических особенностей англоязычной спортивной публицистики невелико. Суть этого функционального регистра отражается именно в лексике и стилистике.

Рассмотрим наиболее часто используемые языковые средства, а также установим их значение в англоязычной новостной публицистике спортивной направленности.

I. Тропы

• Метафора

Приведем примеры метафор согласно классификации М.В. Никитина. Он выделяет следующие типы [11]:

1. Онтологическая метафора — сходство заключается в самих сравниваемых вещах:

а) прямая — признаки имеют одинаковую природу: *to make resistance* — оказывать сопротивление [12];

Здесь сходство заключается в значении глагола и существительного: оба имеют значение, приближенное к борьбе, приложению усилий;

б) структурная — признаки играют структурную роль: *a new tactical trainer* — новый тактический тренер.

Очевидно, что одна из функций тренера — это разработка плана действий для игроков, т. е. тактики.

2. Синестезическая/эмотивно-оценочная метафора — сходство возникает только при восприятии: *After the game there were silver dollars weighing down his eyes.* — После игры на вид он был ужасно угнетен [13].

Для того чтобы понять состояние игрока, мы, в первую очередь, должны посмотреть на него, т. е. использовать органы восприятия.

В.Н. Телия выделяет:

- когнитивную метафору — уподобление схожего и отождествление подобного [14]: *Sport is life and health.* — Спорт — это жизнь и здоровье.

Мы часто связываем здоровый образ жизни с регулярными занятиями спорта, многие воспринимают это как целую философию.

- образную метафору — нацеленность на художественное воздействие на слушателя, содержит оценку:

There was a ray of hope after he scored a goal. — После того, как он забил гол, появился проблеск надежды (дословно — луч надежды).

Несомненно, метафора “a ray of hope” нацелена на то, чтобы оказать воздействие на читателя и показать, что проигрывающая команда все еще может дать отпор противнику и показать болельщикам достойную игру и, возможно, одержать победу.

- мотивную метафору — в ней присутствует коннотация: *The goal by the devil player.* — Гол игрока-дьявола.

Очевидно, что под словом “devil” подразумевается не прямое значение, а переносное. Скорее всего, здесь говорится об исключительных навыках футболиста, его блистательной технике и выдающейся скорости.

• Метонимия

В спортивном дискурсе преимущественно встречаются метонимические единицы, которые часто называют «часть вместо целого» [13]:

*The reds kick and score*¹. — Красные бьют и забивают гол.

Под «красными» подразумевается команда, носящая форму соответствующего цвета.

• **Гипербола**

Today we will see Oscar, who has tremendous talent. — Сегодня мы увидим игру Оскара, который обладает огромным талантом.

The absence of Neymar, it's a disaster. — Отсутствие Неймара на поле — это катастрофа.

Прилагательное “tremendous” и существительное “disaster” помогают рецепиенту осознать высокую роль обоих спортсменов в игре.

• **Оксюморон**

The deafening silence deafened all the stadium. — Оглушительная тишина охватила весь стадион.

Противоположные по значению слова “deafening” и “silence” создают словосочетание, обладающее повышенной эмотивностью. Мы можем сказать, что в данном случае эта фраза граничит с гиперболизацией, т. к. здесь преувеличивается степень тишины.

• **Аллегория**

This mechanism works so smoothly, each part of it is crucial for the process. — Этот механизм (команда) работает (играет) без запинок, каждая его деталь критична для обеспечения процесса.

Команда и ее игроки заменяются словами «механизм» и «деталь» неспроста: простому обывателю проще представить что-то примитивное и наложить этот образ на футбольный матч.

• **Литота**

A felder who makes acrobatic plays has a good glove. — Для принимающего игрока, показывающего акробатические движения, он хорошо ловит мяч.

Здесь противопоставляются заурядные акробатические навыки бейсболиста и его умение принимать мяч. Эффект преуменьшения также достигается за счет применения имени прилагательного “good”, которое несет в себе положительную коннотацию.

• **Эпитет**

An unpleasant kick — неприятный удар

a clever pass — умная передача

II. Риторические фигуры

• **Риторический вопрос**

The World Cup is Weeks Away. Will Qatar Be Ready? [10] — Чемпионат мира состоится уже через пару недель. Готов ли Катар к его проведению?

Автор статьи, естественно, знает ответ на свой вопрос, но задает его для того, чтобы читатель самостоятельно задумался об этой проблеме и сделал выводы до прочтения статьи.

• **Риторическое восклицание**

Christiano Ronaldo was a beast in 2016! — Криштиану Роналду был зверем в 2016 году!

Довольно понятно, что восклицательное предложение всегда будет более выразительным, чем повествовательное. Автор делает акцент на исключительных спортивных качествах игрока, используя этот прием.

Далее мы установим лексико-грамматические и стилистические особенности спортивной новостной англоязычной публицистики, посвященной событиям Чемпионата мира 2022 года в Катаре.

¹ iNews. URL: <https://inews.co.uk/light-relief/jokes/funniest-football-jokes-162626> (дата обращения: 10.11.2022).

Для анализа были отобраны статьи из американской газеты “The New York Times”: “Joy and Anxiety as Moroccans Look to World Cup Match With France” [там же] под авторством В. Йи и А. Алами.

Материал был отобран по следующим принципам: актуальность, понятность, объективность, нацеленность на широкую аудиторию, насыщенность лексическими, грамматическими и стилистическими средствами выразительности. Исследуемая статья соответствует вышеуказанным критериям:

1. Статья выпущена в декабре 2022 года и освещает события Чемпионата мира, который проходит в Катаре на данный момент.

2. Материал изложен простым языком, авторы не вкладывали в него какой-либо скрытый смысл.

3. Все, о чем пишут В. Йи и А. Алами, основано на реальных событиях и подтвержденных фактах.

4. За Чемпионатом мира 2022 года следит большое количество людей по всему миру.

5. При анализе статьи было выявлено 15 различных средств выразительности.

При анализе публикаций было установлено, что грамматические особенности, как и в большинстве публицистических работ в спортивном дискурсе, малочисленны: в данном тексте было выделено 2 отдельных средства. Рассмотрим их подробнее:

1. Употребление усилительных наречий

Это средство встречается в статье лишь 1 раз: “Morocco’s magical run has elated fans, but for some, the strain of the impending showdown with the country’s former colonial overlords is *too much*”. В данном случае для описания напряженной ситуации используется наречие “*too*”.

2. Преобладание времен группы Simple

Времена группы Simple употребляются в 40 предложениях текста их 42. Несмотря на незаурядность и распространенность этого грамматического средства, использование простых времен обеспечивает повышение уровня понимания содержания читателем и снижение загруженности текста вспомогательными глаголами, причастиями и т. д.:

We hope we win, but it’s in the hands of God.

It’s a place with a colonizing mentality, a repressive mentality, the way they treat people from here.

Безусловно, именно данная особенность помогает соблюдать принцип понятности и ориентирует статью на широкую аудиторию, т. к. большинство читателей желает ознакомиться с материалом, не сталкиваясь при этом с грамматическими трудностями и сложными конструкциями.

Что касается лексических средств, то они представлены более разнообразно, чем грамматические особенности текста (5 единиц). Рассмотрим их подробнее:

1. Оценочная лексика

Ранее было упомянуто, что подобная лексика повышает эмоциональную окрашенность текста, а также помогает выразить мнение авторов по поводу того или иного вопроса. В данном случае при помощи этого средства передается, скорее, негативная коннотация, нежели позитивная:

▪ Everybody, *poor* and *rich*, *educated* and *not*, is happy.

Пары имен прилагательных “*poor* and *rich*”, а также словосочетание “*educated* and *not*” указывают на очевидное разделение жителей Марокко по уровню достатка

и образования. С помощью этого способа авторы отображают контраст в экономическом состоянии слоев населения страны и одновременно сообщают, что эти слои объединяет общая цель: поддержка родной футбольной команды. Бедные и богатые, образованные и необразованные люди — все забывают о социальных различиях, когда «болеют» за сборную Марокко по футболу.

▪ *Morocco... was never supposed to get this far. As a developing country and former colony, and for countries from the third world in general, there's this idea we can't accomplish much.*

Как страна третьего мира, Марокко не выделяется особыми достижениями в какой-либо сфере, соответственно, ожидания болельщиков занижены. Однако, несмотря на это, команда продвинулась вперед по турнирной таблице, став первой в своей группе. Этот феномен выражается при помощи отрицания: *was never supposed to get this far, we can't accomplish much.*

3. Речевые штампы

Очевидно, данное лексическое средство негативно влияет на экспрессивность текста, т. к. клишированные фразы не привлекают читателя и делают статью более посредственной. Все выделенные словосочетания используются нами в повседневной жизни и уже утратили свою эмоциональную нагрузку:

- people were **begging God** for their hometown hero,
- the **star defender**,
- people ... were **praying for victory**.

Несмотря на гиперболизацию ситуации (*people were begging God; people ... were praying for victory*) и наличие эпитета (*the star defender*), читатель не воспримет эти единицы как нечто незаурядное.

4. Клише

Подобно речевым штампам, клише не украшают письменную речь и могут оттолкнуть читателя:

Speaking of moms, she said, her mother, with whom she lived, was the loudest fan she knew.

5. Фразеологизмы

В отличие от двух предыдущих лексических средств, фразеологизмы обогащают исследуемый нами текст и обеспечивают достойный уровень экспрессивности:

- *"If all of that was not enough to **melt Moroccans' hearts**".*

Здесь авторы добились точной передачи происходящего с марокканскими болельщиками, а также с игроками и их родителями во время Чемпионата мира, указывая на успех принятых мер: допустим, тот факт, что некоторые матери футболистов поехали со своими детьми в Катар, чтобы поддержать их на стадионе, буквально «растопил» и согрел сердца всех причастных к этому событию.

▪ *"...people were begging God for their hometown hero, the star defender Achraf Hakimi, to give them a reason to once again **lose their minds with joy**".*

С помощью данного фразеологизма выражается надежда жителей Марокко на лучшего защитника Ашрафа Хакими: люди полагаются на него и надеются, что он создаст повод для безграничной гордости и радости за команду своей страны.

Несомненно, читателю интереснее воспринимать статью, в которой привычные понятия выражены альтернативными способами:

- *the **flip side** of Moroccans' euphoria,*

- *We hope we win, but it's **in the hands of God**,*
- *the pride attached to this particular team **has gone far beyond** sports.*

Из 3-х рассматриваемых нами групп средств выразительности наиболее распространенными являются стилистические; было замечено 8 различных приемов.

1. Метафора

В статье мы встретили 1 пример метафоры как выражения значимости одного из футболистов сборной Франции, Килиана Мбаппе — его ассоциируют со звездой:

*the biggest **star** of the France's national team.*

2. Метонимия

Перенос «с частного на общее» усиливает экспрессию, придает статье более глубокий смысл. В этом тексте болельщики и футболисты определенной страны заменяются ее общим названием:

- *it upset **Spain**,*
- *it stunned **Portugal**,*
- ***Morocco** had brought both talent and strategy.*

Таким образом обозначается единство каждого государства.

3. Гиперболизация

Преувеличение — один из основных способов повышения эмотивности текстов, в том числе спортивных статей:

- ***excruciating** stress,*
- *"...her friend has been **devouring** so much soccer content",*
- *others were **packing** the town's cafes,*
- *a **huge** party,*
- *the **loudest** fan.*

В каждом из примеров отражается важность Чемпионата мира, реакция футбольных фанатов, напряженность обстановки в обществе во время столь значимого спортивного события.

4. Оксюморон

Совмещение взаимоисключающих понятий употребляется для передачи резкой смены отношения к Марокко после матча с Францией:

*All of a sudden, Morocco was the **ultimate underdog**, the **fairy-tale princess**, the **rejuvenator** of Pan-Arab and African solidarity, the **champion** of the world's colonized against the world's colonizers — **bringer** of dreams, **ruiner** of sleep.*

5. Антитеза

Противопоставление — это яркий пример повышения экспрессивности текста. В контексте статьи оно помогло показать различия в традициях Марокко и других стран при праздновании побед — марокканцы отмечают успехи с отцами и матерями в знак уважения и благодарности, в иных командах принято разделять радость с супругами:

*They party with their **wives**, not their **moms**.*

6. Эпитет

Эпитеты — одно из самых распространенных стилистических средств, позволяющих украсить содержимое публицистического материала, сделать его более увлекательным. Ниже представлены яркие примеры:

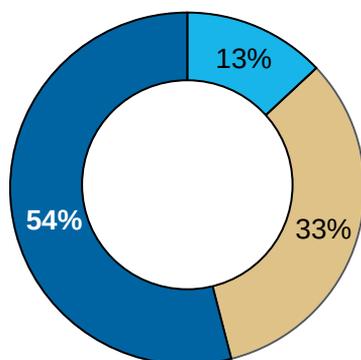
- ***elated** fans,*
- ***clammy** sweat,*

- *vivid, celebratory soccer dreams,*
- *repressive mentality.*

7. Риторический вопрос

При размышлениях о судьбе Марокко в Чемпионате мира одна из жительниц задает сразу два риторических вопроса: “*Are we going to win? Are we going to lose?*”. Правильного ответа не существует: произошедшие события показали, что даже страна третьего мира может показать ошеломляющие успехи на соревнованиях глобального масштаба.

Итак, в ходе анализа было выявлено 2 грамматических средства выразительности, 5 лексических и 8 стилистических. Ниже расположен график соотношения частотности употребления данных средств выразительности текста (см. рис.). Отметим, что основной функцией данных средств является информационно-эстетическая и развлекательная, а также в некоторых случаях просветительско-образовательная функция.



■ Грамматические ■ Лексические ■ Стилистические

Рис. Процентное соотношение частотности употребления грамматических, лексических и стилистических средств выразительности

Англоязычной спортивной публицистике присуще использование различных приемов, повышающих выразительность текста. Лексические средства употребляются крайне часто. К ним относятся каламбуры, игра слов, идиомы, фразеологизмы. Грамматические приемы обнаруживаются еще реже: это использование односоставных предложений, преобладание времен группы Simple в большинстве предложений. Стилистические средства выразительности — самые распространенные среди ранее перечисленных приемов. Сюда относят метафору, гиперболу, литоту, метонимию, оксюморон, антитезу, риторические вопросы/восклицания.

В ходе исследования было установлено, что стилистические средства выразительности составляют около 50% от всех существующих приемов. Метонимия и эпитеты являются наиболее активными средствами. Наименее частотными являются грамматические средства. Средства подобного рода встречаются в 13% случаев.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Войтик, Е.А.* Медиапространство спортивной коммуникации: концептуальный подход в понимании сущности // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 9. 2014. Вып. 1. С. 235–247.
2. *Снятков, К.В.* Коммуникативно-прагматические характеристики телевизионного спортивного дискурса: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Вологда, 2008. 25 с.
3. *Алексеев, К.А., Ильченко, С.Н.* Основы спортивной журналистики. М.: Аспент Пресс, 2016. 237 с.
4. *Шустер, О.С.* Средства массовой информации и спорт. СПб., 1998. 122 с.
5. *Туленков, Д.А.* Спортивная публицистика и спортивная журналистика: особенности специализированного направления // Журналистика. Молодые исследователи: межвузовский сборник научных работ студентов и аспирантов. Вып. 3. СПб., 2004. С. 173–180.
6. *Пищина, М.О.* Языковые средства репрезентации действительности в англоязычном медиадискурсе // Огарёв-Online. 2019. № 6 (127). С. 1–7.
7. *Мосягина, М.С.* Эмоциональность англоязычного медиадискурса как проявление национальных особенностей речи // Вестник Марийского государственного университета. 2021. Т. 15. № 2 (42). С. 230–236.
8. *Егорова, С.А.* Лингвостилистические средства выражения экспрессивности в спортивной публицистике // Известия Южного федерального университета. Филологические науки. 2020. № 4. С. 89–96.
9. NBC Sports. URL: <http://www.nbcsports.com/tennis> (дата обращения: 10.11.2022).
10. *Никитин, М.В.* Концепт и метафора // Проблемы теории европейских языков. Вып. 10. СПб.: Тригон, 2001. С. 16–35.
11. *Цыбина, Л.В., Шагарова, О.Н.* Стилистические средства выражения эмоций в спортивном англоязычном дискурсе // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2019. Т. 12. № 3. С. 82–86.
12. Tiger Baseball Camp. URL: <http://www.pcbaseballnc.com/tiger-camp-info.html> (дата обращения: 10.11.2022).
13. *Телия, В.Н.* Метафора в языке и тексте. М.: Наука, 1988. 176 с.
14. *Fordyce, T.* Vueltaa Espana: How Simon Yates Learned from Bitter Giro d'Italia Experience. URL: <https://www.bbc.com/sport/cycling/45532947> (дата обращения: 08.11.2022).
15. The New York Times. URL: <https://www.nytimes.com/2022/12/13/world/middleeast/morocco-world-cup-anxiety.html> (дата обращения: 13.12.2022).
16. Каламбуры — пройденный этап. URL: <https://www.sports.ru/football/27476653.html> (дата обращения: 02.11.2022).
17. *Ярцева, В.Н.* Лингвистический энциклопедический словарь. М: Советская энциклопедия, 1989. 688 с.
18. *Ахманова, О.С.* Словарь лингвистических терминов. М.: Едиториал УРСС, 2004. 571 с.
19. Live Commentary: England 0-1 Belgium — As It Happened. URL: https://amp.sportsmole.co.uk/football/england/world-cup/live-commentary/live-commentary-england-vs-belgium_329399.html (дата обращения: 09.11.2022).
20. Литературная энциклопедия. Т. 6. М.: Советская энциклопедия, 1932. 463 с.
21. The New York Times. URL: <https://www.nytimes.com/2022/11/03/world/middleeast/world-cup-qatar.html> (дата обращения: 07.11.2022).

REFERENCES

1. Vojtik, E.A. Mediaprostranstvo sportivnoj kommunikacii: konceptualnyj podhod v ponimanii sushchnosti [The Media Space of Sports Communication: A Conceptual Approach to Understanding the Essence], *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Seriya 9 = Bulletin of St. Petersburg University, Series 9*, 2014, iss. 1, pp. 235–247. (in Russ.)
2. Snyatkov, K.V. *Kommunikativno-pragmaticheskie harakteristiki televizionnogo sportivnogo diskursa* [Communicative and Pragmatic Characteristics of Television Sports Discourse]: Extended Abstract of PhD Dissertation (Philology). Vologda, 2008, 25 p. (in Russ.)
3. Alekseev, K.A., Ilchenko, S.N. *Osnovy sportivnoj zhurnalistiki* [Fundamentals of Sports Journalism]. Moscow, Aspent Press, 2016, 237 p. (in Russ.)
4. Shuster, O.S. *Sredstva massovoj informacii i sport* [Mass Media and Sports]. St. Petersburg, 1998, 122 p. (in Russ.)
5. Tulenkov, D.A. Sportivnaya publicistika i sportivnaya zhurnalistika: osobennosti specializirovannogo napravleniya [Sports Journalism and Sports Journalism: Features of a Specialized Field]. In: *Zhurnalistika. Molodye issledovateli* [Journalism. Young Researchers: An Interuniversity Collection of Scientific Papers of Students and Postgraduates, iss. 3]. St. Petersburg, 2004, pp. 173–180. (in Russ.)
6. Pishchina, M.O. Yazykovye sredstva reprezentacii dejstvitelnosti v angloyazychnom mediadiskurse [Linguistic Means of Representing Reality in English-Language Media Discourse], *Ogaryov-Online = Ogarev-Online*, 2019, No. 6 (127), pp. 1–7. (in Russ.)
7. Mosyagina, M.S. Emocionalnost angloyazychnogo mediadiskursa kak proyavlenie nacionalnyh osobennostej rechi [Emotionality of the English-Speaking Media Discourse As a Manifestation of National Peculiarities of Speech], *Vestnik Marijskogo gosudarstvennogo universiteta = Bulletin of the Mari State University*, 2021, vol. 15, No. 2 (42), pp. 230–236. (in Russ.)
8. Egorova, S.A. Lingvostilicheskie sredstva vyrazheniya ekspressivnosti v sportivnoj publicistike [Linguistic Stylistic Means of Expressing Expressivity in Sports Journalism], *Izvestiya Yuzhnogo federalnogo universiteta. Filologicheskie nauki = Proceedings of the Southern Federal University. Philological Sciences*, 2020, No. 4, pp. 89–96. (in Russ.)
9. *NBC Sports*. Available at: <http://www.nbcsports.com/tennis> (accessed: 10.11.2022).
10. Nikitin, M.V. Koncept i metafora [Concept and Metaphor]. In: *Problemy teorii evropejskih yazykov* [Problems of the Theory of European Languages, iss. 10]. St. Petersburg, Trigon, 2001, pp. 16–35. (in Russ.)
11. Cybina, L.V., Shagarova, O.N. Stilisticheskie sredstva vyrazheniya emocij v sportivnom angloyazychnom diskurse [Stylistic Means of Expressing Emotions in Sports English-Language Discourse], *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki = Philological Sciences. Questions of Theory and Practice*, 2019, vol. 12, No. 3, pp. 82–86. (in Russ.)
12. *Tiger Baseball Camp*. Available at: <http://www.pcbaseballinc.com/tiger-camp-info.html> (accessed: 10.11.2022).
13. Teliya, V.N. *Metafora v yazyke i tekste* [Metaphor in Language and Text]. Moscow, Nauka, 1988, 176 p. (in Russ.)
14. Fordyce, T. *Vueltaa Espana: How Simon Yates Learned from Bitter Giro d'Italia Experience*. Available at: <https://www.bbc.com/sport/cycling/45532947> (accessed: 08.11.2022).
15. *The New York Times*. Available at: <https://www.nytimes.com/2022/12/13/world/middleeast/morocco-world-cup-anxiety.html> (accessed: 13.12.2022).

16. *Kalambury — projdennyj etap* [Puns are a Completed Stage]. Available at: <https://www.sports.ru/football/27476653.html> (accessed: 02.11.2022). (in Russ.)
17. Yarceva, V.N. *Lingvisticheskij enciklopedicheskij slovar* [Linguistic Encyclopedic Dictionary]. Moscow, Sovetskaya enciklopediya, 1989, 688 p. (in Russ.)
18. Ahmanova, O.S. *Clovar lingvisticheskikh terminov* [Dictionary of Linguistic Terms]. Moscow, Editorial URSS, 2004, 571 p. (in Russ.)
19. *Live Commentary: England 0-1 Belgium — As It Happened*. Available at: https://amp.sportsmole.co.uk/football/england/world-cup/live-commentary/live-commentary-england-vs-belgium_329399.html (accessed: 09.11.2022).
20. *Literaturnaya enciklopediya. T. 6* [Literary Encyclopedia, vol. 6]. Moscow, Sovetskaya enciklopediya, 1932, 463 p. (in Russ.)
21. *The New York Times*. Available at: <https://www.nytimes.com/2022/11/03/world/middleeast/world-cup-qatar.html> (accessed: 07.11.2022).

Бойчук Елена Игоревна, доктор филологических наук, доцент, профессор, кафедра романских языков, Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского, elena-boychouk@rambler.ru

Elena I. Boychuk, ScD in Philology, Associate Professor, Professor, Romance Languages Department, K.D. Ushinsky, Yaroslavl State Pedagogical University, elena-boychouk@rambler.ru

Янков Дмитрий Александрович, магистрант, Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского, dimaayaankov@yandex.ru

Dmitry A. Yankov, Graduate Student, K.D. Ushinsky Yaroslavl State Pedagogical University, dimaayaankov@yandex.ru

Статья поступила в редакцию 27.04.2023. Принята к публикации 29.09.2023

The paper was submitted 27.04.2023. Accepted for publication 29.09.2023