

Моргунова Н. С.,
здобувачка,
Бердянський державний педагогічний університет,
науковий керівник – канд. філол. наук, доцент **Е. В. Олійник**

ОСНОВНІ ОЗНАКИ СПОРТИВНОГО ДИСКУРСУ

У сучасній лінгвістиці дискурс є базовим поняттям, що зумовлено його специфікою, здатністю до репрезентації, інтерпретації й концептуалізації кожної сфери діяльності, в тому числі професійної. Серед інституційних видів дискурсу особливе місце займає газетний дискурс.

Газетно-публіцистичний дискурс постійно привертав увагу дослідників. Особливості газетного тексту описано в студіях А. Васильєвої, В. Грицини, Н. Івкової, М. Жовтобрюха, М. Ковальчука, В. Костомарова, І. Лисакової, Т. Сербіної, О. Сербенської, О. Стишова, А. Швець. Така увага до мови преси є цілком закономірною, оскільки газета – найстаріший засіб масової інформації, у якому склалися і формувалися основні стилістичні прийоми та засоби, характерні для мови масової комунікації загалом.

Питання про виокремлення типів дискурсів, про класифікаційну основу такого виокремлення і про існування конкретних видів дискурсу взагалі в сучасній мовознавчій науці залишається відкритим. Проте в останні роки підґрунтя для виокремлення конкретних видів дискурсу стає міцнішим, і, відповідно, зростає кількість описуваних дискурсів і їх різновидів.

Наше дослідження присвячене одному з видів газетно-публіцистичного дискурсу, який визнають більшість дослідників, – спортивному дискурсу.

Спортивний газетно-публіцистичний дискурс має вивчатися як багаторівневий комунікативний феномен, що вербально будує спортивну подію як соціальне явище й реалізує низку специфічних функцій. Відсутність ґрунтового аналізу специфіки цього виду дискурсу робить нашу наукову розвідку **актуальною**.

Мета роботи – виявити й описати основні ознаки дискурсу спортивної публіцистики.

У дослідженні послуговуємося **методом** лінгвістичного опису.

Функціонування спортивного дискурсу в комунікативному просторі масмедіа, текстовий масив якого фіксується в письмовій формі на інтернет-сайтах видань, які розкривають проблематику різних видів спорту, є актуальною і репрезентативною галуззю застосування дослідницьких зусиль, тому що виникає можливість виявлення й опису таких специфічних ознак

спортивного дискурсу, які залишаються незатребуваними в усній формі дискурсу.

У житті сучасного соціуму важливе значення має спорт, що зумовлено біологічними, духовними, інформаційними потребами людини. Відображаючи особливості цього складного і суперечливого феномену, спортивний дискурс виявляє і характеризує динаміку спортивних змагань і непередбачуваність їх результатів. Така спрямованість спортивного дискурсу створює певні передумови його ефективної актуалізації не тільки в координатах комунікативного простору масмедіа, а й підтримує інтерес до нього наукових співтовариств і суспільства в цілому. Опираючись на тезу В. Мітягіної про те, що «дії учасників інституційного дискурсу характеризуються поєднанням предметної, самопрезентаційної, реляційної й апеляційної площин інтенційної складової спілкування» [4, с. 221], можемо визначити мету спортивного дискурсу як оптимізацію комунікації в сфері спортивної діяльності.

У межах вивчення дискурсу з позицій комунікативно-прагматичного підходу пріоритетними залишаються відносини знакової системи і носія мови. І тут на перший план висувають ідеологію, яка характеризує не тільки ставлення адресанта до самого вибору мовних засобів для продукування повідомлення і його моделювання на підставі відомих і нових фактів, але й зворотній зв'язок від адресата в комунікативному процесі.

Основною комунікативною ознакою спортивного дискурсу, на нашу думку, варто вважати його тісний контакт і кореляцію з іншими дискурсивними різновидами, інституційними та професійними. Наприклад, спортивний дискурс в ситуації тренування, гри, виступів, зборів спортсменів і тренерів, брифінгів тощо тісно пов'язаний з педагогічним в комунікативній ситуації; спортивний дискурсивний простір охоплює медичний дискурс в разі необхідності лікування спортивних травм, відновлювального періоду, підтримки фізичної форми спортсменів за допомогою медикаментозних засобів. Спортивний дискурс взаємодіє з діловим, коли тренерам, спортсменам, організаціям необхідно підписати контракти, скласти фінансові звіти про діяльність, а також у разі підтвердження проведення тих чи тих змагань, фіксації часу їх здійснення, факту участі в змаганнях спортсмена або команди, нагородження, включаючи матеріальні форми заохочення (наприклад, грошові премії за певне місце в командному або особистому заліках); при укладанні договорів, угод, контрактів спортивний дискурс взаємодіє з юридичним.

Спортивний дискурс виявляє тісні зв'язки з побутовим дискурсом і, перш за все, з його емоційним та інтелектуальним різновидами: в процесі як побутового, так і спортивного дискурсу комуніканти здійснюють обмін інформацією, здійснюють її коментар, оцінку, вдосконалюють свої вміння в

плані орієнтування в подіях життя і їх передбачення і аналізу [1]. Крім того, дослідники також виділяють взаємодію спортивного дискурсу з театральнo-сценічним з тієї причини, що масова аудиторія (читачі, слухачі, глядачі) є не тільки адресатом повідомлень, а й спостерігачем, що сприймає спортивні події як якийсь спектакль, який має захоплюючий сюжет і непередбачуваний фінал [2, с. 107–110].

У спортивному медіадискурсі необхідно пам'ятати й про те, що спорту властиві виховна та розважальна функції: саме вони відповідають за емоційну розрядку, здійснювану по-різному в групах уболівальників: вплив інформаційної та розважальної функцій спортивного дискурсу спрямовано, перш за все, на «пасивних» уболівальників, тоді як інформаційна, аналітична, виховна, пропагандистська функції впливають на «активних», для яких спортивна інформація – важлива частина їхнього життя. Крім того, різні функції спортивної медіакommунікації формують різні жанри спортивного дискурсу і впливають на їх функціонування.

Традиційно виділяють коментар і репортаж як основні жанри спортивного дискурсу, які принципово відрізняються один від одного. Однак ці жанрові найменування можуть бути вжиті і як синоніми, хоча не у всіх випадках таке вживання виявляється правомірним. На нашу думку, таке змішання термінів зумовлено взаємодією жанрів спортивного дискурсу: наприклад, аналітичним компонентом репортажу виступає коментар, а репортаж – це інформаційний жанр публіцистики, представлений в комунікативному просторі масмедіа в усній і письмовій формах [3].

Сучасний медіадискурс послуговується високошвидкісними засобами передачі інформації, проте стаття і огляд залишаються найбільш дієвими аналітичними жанрами, затребуваними через те, що вони можуть запропонувати адресату «ретельний аналіз події, її оцінку. Адресант виходить з того, що адресат, як правило, вже знає результат матчу, тому інформаційна функція відходить на другий план» [5, с. 143]. Комунікативна мета аналітичної статті й огляду – передача інформації, представленої в недостатньому обсязі в усних спортивних репортажах або текстах, актуалізованих відразу після закінчення спортивної події.

Отже, основна ознака спортивного дискурсу – його тісний контакт і кореляція з іншими видами дискурсу. Важливими характеристиками спортивного газетно-публіцистичного дискурсу в комунікативному просторі масмедіа треба вважати його інформативність і сугестивність. Спортивний газетно-публіцистичний дискурс реалізує виховну і розважальну функції.

Література

1. Зильберт А. Б. Спортивный дискурс: точки пересечения с другими дискурсами (проблемы интертекстуальности). *Язык, сознание, коммуникация*. Москва: МАКС Пресс, 2001. Вып. 19. С. 103–112.
2. Зильберт Б. А. Спортивный дискурс: базовые понятия и категории; исследовательские задачи. *Язык, сознание, коммуникация*. Москва: МАКС Пресс, 2001. Вып. 17. С. 45–55.
3. Кайда Л. Г. Стилистические ресурсы современного спортивного репортажа. *Спорт в зеркале журналистики (о мастерстве спортивного журналиста)*. Москва: Мысль, 1989. С. 110–126.
4. Митягина В. А. Социокультурные характеристики коммуникативного действия. Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2007. 356 с.
5. Шарафутдинова С. В. Спортивная аналитическая статья как жанр дискурса СМИ. *Вестник ЧелГУ*. 2009. № 34. С. 141–144.

Нижник Н. В.,

здобувачка,

Бердянський державний педагогічний університет,
науковий керівник – канд. філол. наук, доцент **Е. В. Олійник**

СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТЕКСТІВ АВТОМОБІЛЬНОЇ ТЕМАТИКИ

У другій половині ХХ століття спостерігається підвищення уваги лінгвістів до вивчення дискурсу (Т. А. Ван Дейк, В. Карасик, Г. Cook, J. Cutting). В умовах сучасного суспільства, де головною рушійною силою є інформація, провідним видом дискурсу, що реалізує рух соціальної думки і формує концептуальну картину світу людини, є медіадискурс. Відповідно до *комунікативної функції* науковці виділяють такі види медійного дискурсу: публіцистичний дискурс, рекламний дискурс, PR-дискурс [3, с. 48].

Публіцистичний дискурс визначають як різновид інформаційно-орієнтаційного інституційного дискурсу, що реалізується за допомогою засобів масової комунікації та передбачає свідому та явно виражену авторську позицію [1]. Метою публіцистичного дискурсу є повідомлення про явища