

На правах рукописи



Гутцайт Роман Леонидович

**Спортивное комментирование и его роль в телевизионной медиатизации
(на примере спутниковой телекомпании «НТВ-Плюс»)**

Специальность 10.01.10 – журналистика

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Москва 2012

Диссертация выполнена на кафедре теории и истории журналистики
филологического факультета РУДН

Научный руководитель:

кандидат филологических наук, доцент **Кириленко Наталия Павловна**

Официальные оппоненты:

доктор филологических наук, профессор **Карпухина Нина Михайловна,**
профессор кафедры русского языка
Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова

кандидат филологических наук **Александрова Оксана Ивановна,**
ассистент кафедры общего и русского языкознания
Российского университета дружбы народов

Ведущая организация: Институт повышения квалификации работников
телевидения и радиовещания

Защита диссертации состоится 18 мая 2012 года в 14.00 на заседании
диссертационного совета Д 212.203.23 при Российском университете дружбы
народов по адресу: 117198, Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 6, ауд. 436.

С диссертацией можно ознакомиться в Учебно-научном информационном
центре (Научной библиотеке) Российского университета дружбы народов по
адресу: 117198, Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 6.

Автореферат диссертации размещен на сайте: <http://www.rudn.ru>

Автореферат разослан 17 апреля 2012 года.

Ученый секретарь диссертационного совета,
кандидат филологических наук, доцент



А.Е. Базанова

Общая характеристика работы

Динамичный, многогранный, вызывающий сильные эмоции современный спорт словно предназначен для телевизионного показа. Сочетание языков визуальных и аудиальных образов, на которых строится телевидение, как нельзя лучше передает сущность спорта. В наши дни практически ни одно спортивное мероприятие не проходит без участия телевидения. А телепросмотры знаковых спортивных мероприятий, таких как Олимпийские игры, становятся явлениями массовой культуры и охватывают значительную часть населения планеты. Благодаря телевидению люди во всех уголках планеты имеют возможность «личного присутствия» на спортивных состязаниях.

Попадая на телеэкран, реальное спортивное событие превращается в событие медиальное, видоизменяется качественно, неизбежно усваивает черты опосредующего средства массовой коммуникации. Телевидение, таким образом, выступает посредником, медиумом, который является связующим звеном между спортом и зрителем. Благодаря техническим достижениям телевидение привносит в показ спорта новые визуальные эффекты и создает принципиально новый контент – симбиоз традиционного спорта и яркого развлекательного зрелища. Спорт на телеэкране участвует в создании образа государства как для внутренней, так и для внешней аудитории, являясь красноречивым показателем преимущества общественного устройства страны и жизнеспособности нации в целом.

Актуальность темы исследования. Подготовка к проведению Олимпиады–2014 в Сочи и Чемпионата мира по футболу в 2018 году в России актуализирует проблемы показа спорта на телеэкране. Транснациональным видом спорта и наиболее популярным, «народным» в России был и остается футбол. Беспорядки на Манежной площади после проигрыша российской сборной Японии на Чемпионате Мира (9 июня 2002 г.) и народное ликование болельщиков крупных городов после победы сборной России над Голландией в июне 2008 году наглядно показывают амплитуду реагирования социума на спортивное медиасобытие.

Оказывая сильное эмоциональное воздействие, современный спорт обладает мощным социализирующим воздействием, способствующим сплочению общества единой национальной идеей. Текстовое (вербальное) и образное (визуальное) воплощение темы спорта на телеэкране – телевизионная медиатизация – является актуальной проблемой современного телевидения.

Существенную роль в телевизионной медиатизации играет спортивный комментарий. Возникший в период радиотрансляций, он не утратил своего значения и в эпоху электронных средств коммуникации. Посредством этого жанра реализуется информационно-коммуникативная функция телевидения, осуществляется сопровождение зрительных образов словесным наполнением и наиболее полно раскрывается суть отображаемого на экране спортивного события. В этой связи языковые средства, которыми спортивный комментатор

реализует информационно-коммуникативную функцию и формирует потенциал воздействия своего дискурса на телезрителя, требует самого тщательного исследования во всех аспектах.

Научная новизна работы. В отечественной теории телевизионной журналистики впервые предпринята попытка исследования телевизионной медиатизации спорта и роли в ней спортивного комментирования на примере спутниковой телекомпании «НТВ-Плюс».

Научная новизна работы заключается в комплексном подходе к исследованию процесса создания телевизионного спортивного контента, роли языковой личности спортивного комментатора, формулировке определения «телевизионная медиатизация спорта», толковании терминологии, используемой в данной сфере. Большое внимание уделено обобщению и интеграции в научный контекст материалов, связанных с повседневной практикой спортивной редакции в условиях меняющейся медиасреды. Ранее никем из отечественных и зарубежных авторов подобных исследований не проводилось.

Объектом исследования является телевизионная медиатизация футбола, осуществляемая спутниковой телекомпанией «НТВ-Плюс», специализирующейся на спортивных трансляциях и производстве собственного медиапродукта различных жанрово-тематических форматов.

Предмет исследования – роль журналиста-комментатора в телевизионной медиатизации футбола с теоретической (т.е. изучение функций медиатора спортивного события и его роли в телевизионной репрезентации спорта на экране) и практической (т.е. изучение конкретных языковых личностей тележурналистов компании «НТВ-Плюс» в контексте производства ими спортивного медиапродукта) стороны.

Цель исследования – выявить, проанализировать и охарактеризовать роль журналиста-комментатора как языковой личности спортивного дискурса в вербально-стилистическом воплощении темы футбола на телеэкране.

Для достижения поставленной цели в диссертации решаются следующие задачи:

– сформировать понимание феномена телевизионной медиатизации и сформулировать определение «телевизионная медиатизация спорта»;

– выявить и проанализировать приемы телевизионной медиатизации спорта, показать, каким образом телевидение повышает привлекательность спорта для зрителя;

– выявить и охарактеризовать медиатренды современного спортивного телевидения на примере спутниковой телекомпании «НТВ-Плюс», показать отечественный опыт перехода к мультимедийным принципам медиатизации спорта;

– определить место и роль комментария в спортивном медиальном событии и журналиста-комментатора спортивного телеканала в телевизионной медиатизации;

– определить влияние языковой личности комментатора, авторской метафоры, эмотивности, оценочности и языковой игры комментария на вербально-стилистическое воплощение спортивного контента на телеэкране.

Теоретическая база исследования. Поскольку теория телевизионной журналистики практически не располагает всесторонними исследованиями в области телевизионной медиатизации спорта и роли в ней журналиста-комментатора, были проанализированы работы из области филологии, культурологии, социологии, философии, рассматривающие отдельные аспекты разрабатываемой темы.

Теоретическую основу исследования составили труды общего характера, посвященные телевидению как виду СМИ, особенностям экранного искусства и проблемам тележурналистики. Это работы отечественных авторов Э.Г. Багирова, В.М. Березина, Р.А. Борецкого, А.С. Вартанова, Я.Н. Засурского, С.А. Муратова, В.Л. Цвика и наиболее значимые западные культурологические теории телевидения таких авторов, как Ж. Бодрийяр (Jean Baudrillard), П. Бурдьё (P. Bourdieu), Д. Фиске (John Fiske) и др.

Автор также опирался на работы о языке и роли языковой личности в коммуникации В.И. Карасика, Ю.Н. Караулова, В.В. Красных и на исследования, посвященные проблемам культуры речи, выразительным средствам и возможностям русского языка в сфере СМИ, Н.Д. Арутюновой, М.М. Бахтина, М.Н. Залевской, Е.А. Земской, В.Г. Костомарова, Н.А. Лукьяновой, С.В. Светаны-Толстой, В.Н. Шаховского.

Эмпирической базой исследования стали комментарии журналистов телекомпании «НТВ-Плюс» к футбольным матчам и видеозаписи других ядерных жанров телевизионного спортивного дискурса: аналитических и развлекательных программ, ток-шоу. Особое внимание уделено именно комментариям известных тележурналистов – В.В. Уткина, Ю. А. Розанова, А.И. Шмурнова, А.А. Андропова, Г.С. Орлова и др. за период 2009 – 2012 гг.

Кроме того, автор провел очные интервью с директором спортивных каналов «НТВ-Плюс» Д. Д. Чуковским и главным редактором спортивных каналов «НТВ-Плюс» В. В. Уткиным.

Методологическая основа исследования. В зависимости от решаемых задач в работе использован комплекс научных методов:

- описательный метод с его основными компонентами: наблюдением, сопоставлением, обобщением;
- метод коммуникативно-дискурсивного анализа;
- метод контент-анализа;
- метод анализа словарных дефиниций.

В целях целостного рассмотрения проблемы в исследовании применены сравнительно-типологический и конкретно-исторический методы анализа эмпирического материала.

В исследовании применялись методы формализованных интервью и длительного открытого прямого включенного наблюдения. Определению роли спортивного комментирования в телевизионной медиатизации способствовали

собственные наблюдения автора в период работы на спортивных каналах телекомпании «НТВ-Плюс» в качестве редактора, ведущего программ и комментатора.

На защиту выносятся следующие положения:

1. Телевизионная медиатизация спорта как процесс представляет собой создание с целью последующей трансляции на массовые аудитории аудиовизуальной информации о соревновательной деятельности людей и заключается в воздействии на мышление зрителей медийных образов реальных спортивных практик, созданных посредством синергетического взаимодействия производителей контента.
2. Телевизионная медиатизация спорта как результат представляет собой формирование у зрителя медиа-картины соревновательной деятельности людей посредством представления реальной спортивной практики в виде медиапродукта с привнесенными визуальными эффектами, созданными с использованием технических возможностей телевидения.
3. Телевизионная медиа-картина спорта – особая медиареальность, представляющая собой репрезентацию соревновательной деятельности людей в виде симбиоза реальной спортивной практики, подчиненной внутренней логике, и яркого зрелища.
4. Комментатор, как базовый продуцент спортивного дискурса, удовлетворяет запросы широкой телеаудитории на верификацию оценок, получение информации, впечатлений и разделение эмоций от приобщения к спортивному зрелищу. В роли медиатора спортивного события комментатор вкладывает в телевизионную коммуникацию авторское видение игры, ментальный опыт, эмоции, оценки, языковое мастерство и становится полноправным соавтором медиапродукта.
5. Каждый спортивный комментатор обладает определенным языковым инструментарием для репрезентации спортивного события и выстраивания коммуникации со зрителем, в зависимости от коммуникативной и личностной доминанты, определяемой мировоззрением, речевой культурой и темпераментом, по-своему реализует задачи создания занимательности и передачи зрелищности спортивного события.
6. Репрезентация спортивного события осуществляется с помощью приемов авторской метафоры, эмотивности, оценочности и языковой игры, используемых в качестве инструментария телевизионной медиатизации.

Теоретическая ценность исследования. Анализируя опыт футбольных телеканалов компании «НТВ-Плюс» и раскрывая роль спортивного комментатора в медиатизации спорта, автор теоретически обобщает и систематизирует информацию, которая может быть использована как основа для разработки теоретической концепции спортивного комментирования. В рамках проведенного исследования автор дает определение термину «телевизионная медиатизация спорта» и углубляет общую теорию спортивной тележурналистики с учётом современных медиатрендов и языковых реалий.

Практическая значимость исследования. Подробно описанный в работе опыт компании «НТВ-Плюс» по созданию разнопланового, ориентированного на широкую аудиторию, конкурентоспособного телепродукта, безусловно, актуален и представляет практическую ценность для применения в спортивных редакциях других телекомпаний. Кроме того, материалы диссертации могут расширить содержание курсов и спецкурсов по спортивной тележурналистике, а результаты позволят корректировать подготовку спортивных журналистов-комментаторов и их языковую компетенцию.

Апробация работы. Основные положения и результаты исследования докладывались и обсуждались на заседаниях кафедры теории и истории журналистики филологического факультета Российского университета дружбы народов, а также были представлены в виде тезисов на международных конференциях «Ломоносов» (МГУ, апрель 2010, 2011, 2012), на международной научно-практической конференции «Журналистика в 2009 году. Трансформация систем СМИ в современном мире» (МГУ, февраль 2010). В рецензируемых научных журналах опубликованы три статьи по теме исследования. Положения диссертации использовались автором в практической работе ведущего программ и комментатора телекомпании «НТВ-Плюс».

Структура и содержание работы обусловлены целью, задачами и логикой данного исследования. Диссертация состоит из введения, трёх глав, заключения, библиографического списка литературы и приложений.

Основное содержание работы

Во введении обоснован выбор темы, ее актуальность, определен круг проблем, рассматриваемых в работе, описана степень их научной разработанности, указана научная новизна, сформулированы объект, предмет, цель исследования, детализированы задачи исследования, обозначены методы исследования, аргументированы теоретическая и практическая значимость работы.

В первой главе «Феномен телевизионной медиатизации спорта», состоящей из четырех параграфов, исследуется категория «медиатизация спорта» и делается попытка ее обобщенного определения. В главе отражены составляющие понятия «медиатизация спорта» сквозь призму концептов «медиа», «репрезентация», «медиареальность».

В первом параграфе «Понятие медиатизации» проводится обобщение и систематизация взглядов зарубежных и отечественных исследователей с целью конкретизации содержания и сущности понятия «медиатизация» на современном этапе развития общества. Несмотря на активное функционирование в поле медийного дискурса, термин «медиатизация» не является устоявшимся в академическом смысле, и единого обобщающего определения сформулировано еще не было.

Показано, что термин «медиатизация» впервые был применен западными исследователями в работах о влиянии средств массовой информации на

политику и политические процессы. Русскоязычная версия термина «mediatization» появилась в начале 90-х годов XX века для обозначения особой технико-технологической инфраструктуры, призванной обеспечить индивидуальный и коллективный доступ к богатствам информационной цивилизации.

Некоторые западные ученые склонны полагать, что медиатизация является неизбежным спутником постмодернизма, в котором СМИ приводят социум к новому сознанию и культурному порядку. Наиболее устойчивая связь между медиатизацией и постмодернизмом находит отражение в работах Ж. Бодрийяра (J. Baudrillard), который воспринимает символы и знаки медиакультуры – изображение, звук и т.д. – как элементы для формирования симулякров – подобий реальности, которые не только кажутся более естественными, чем физическая и социальная реальность, но и вовсе способны их заменить.

Современные исследователи, разрабатывающие концепцию понимания медиатизации как социально-культурного процесса (например, Ф. Кроц (F. Krotz) и В. Шульц (W. Schulz)) сходятся во мнении, что у человека эпохи электронных медиа по-иному формируется когнитивный опыт и складываются представления о реальности. В информационном обществе статус реальности и ее репрезентация проблематизированы. Ученые пишут о феномене опосредования опыта, когда между индивидуумом и реальностью стоят «образные посредники» – медиумы, а сам мир является медиатизированным. Средства масс-медиа очерчивают пространство репрезентации и с помощью образов и представлений транслируют смыслы, выстраивая виртуальную реальность. Масс-медиа становятся основной информационной средой осуществления большинства социально значимых видов коммуникации. Они встраиваются в различные сферы деятельности, превращаясь при этом в неотъемлемый элемент структуры этих видов деятельности, причем, не столько отражающий, сколько формирующий эту структуру. Благодаря эволюции медиа от «средства» к «среде» образуется особое коммуникативное «пространство медиакультуры».

Во втором параграфе «Спорт как социальный институт и коммуникационная структура» описывается получившая распространение тенденция рассмотрения спорта как неотъемлемой и значимой части социального системного мира, в котором спорт выполняет определенные функции. Обобщение междисциплинарных исследований дает основания полагать, что современный спорт институционализирован и интегрирован в социально-политическую и идеологическую структуры общества.

С другой стороны, спорт представляет собой особый вид коммуникации, возникающей как реализация физиологических, духовных, информационных, рекреативных и других видов потребностей участников спортивной практики. Современный спорт может быть рассмотрен и как явление культуры (прежде всего физической), и как отдельная область речевого общения (дискурс), и как раздел журналистики.

В третьем параграфе «Понятие телевизионной медиатизации спорта» приведены обоснования того, что телевидение является идеальным СМИ для репрезентации спорта, так как аудиовизуальный образ реального спортивного состязания психологически воспринимается как его полное подобие.

Показано, что, с одной стороны, состязательность, конфликтогенность, эмоциогенность, легкость восприятия и понимания спортивных зрелищ наилучшим образом соответствуют формату телевидения. А с другой стороны, фенестративность и симультанность телевидения создают в результате полноценное визуально-смысловое отражение реального спортивного события, репрезентируемого в виде медиапродукта.

При этом спортивное состязание в процессе телевизионной медиатизации не утрачивает своей внутренней логики, действия спортсменов являются аутентичными и представленными без искажений. Гиперреализм, предлагаемый телевизионной медиатизацией, усиливает эмоциональное воздействие медиапродукта на зрителя.

Показан генезис института спортивного телевидения и процесс его конвергенции с институтом спорта. Сохраняя присущую им внутреннюю логику, оба института, начиная с 80-х гг. XX века, оказывают все более существенное влияние друг на друга. Технологическое и организационное развитие телевидения, углубление экономических связей со спортивными системами, а также глобализация последних, влияет на медиатизацию спорта. Происходит проникновение медийного поля в зону спортивных практик, сопровождающееся пересечением и взаимовлиянием институтов спорта и телевидения. СМИ формируют спорт, в то время как спорт влияет на развитие телевидения. Возникают так называемые эффекты медиатизации, приведшие к формированию отдельного социального института – спортивных СМИ. На основе проведенного анализа и обобщения исследований западных и отечественных ученых предлагается определение медиатизации спорта как процесса и результата.

В четвертом параграфе первой главы «Приемы телевизионной медиатизации спорта» рассмотрены качественно новые черты, которые приобретает реальное спортивное событие, превращаясь в медиапродукт. Показано, что благодаря основным приемам телевизионной медиатизации: изменению дистанции съемки, отбору кадра, монтажу, «персонализации» спортсменов, оригинальной расстановке камер, полиэкранному показу, использованию зрелищных форматов, вербальной, звуковой и визуальной акселерации, интерактивности, использованию элементов высокого искусства и поп-культуры спорт превращается в яркое захватывающее зрелище.

Потребитель медиатизированного спортивного продукта находится в привилегированном положении перед зрителем на трибунах, так как ему предлагается общая картина спортивного действия с наложенным интершумом, комментарием, видеоповторами и инфографикой. Медиатизация спортивного зрелища строится в соответствии со сценарием, вносит в спортивное соревнование связность, позволяет выделить острые моменты, к месту провести

презентацию спортсменов, уточнить технические характеристики и данные спортивной статистики.

Во второй главе «Основные тренды телевизионной медиатизации спорта на примере телекомпании «НТВ-Плюс»» рассмотрены изменения спортивного телевидения вследствие внедрения новейших информационных технологий. Показано, что спортивное телевидение развивается по пути формирования современных стандартов в сфере телетехнологий, разработки новых решений в области контента и совершенствования клиентских сервисов.

В первом параграфе «Увеличение доли прямых трансляций и объема спортивного контента» описана динамика развития телекомпании «НТВ-Плюс» и подвергнут детальному анализу процесс количественного и качественного изменения эфирного продукта. Показано, что за 15 лет своего существования телекомпания «НТВ-Плюс» остается самым доходным отечественным оператором спутникового телевидения в пятерке крупнейших операторов цифровой связи в России благодаря ориентированному на самую широкую аудиторию телепродукту. Описан опыт освещения мировых футбольных чемпионатов и создания практически уникального по наполнению спортивного медиапродукта «Российский футбол».

Второй параграф «Рост возможностей подключения, неограниченный доступ к медиаканалам, интерактивность» посвящен современному тренду спортивного телевидения по использованию электронных средств коммуникации и интерактивных сервисов. Описывается опыт использования телекомпанией системы «pay-per-view» и интернет-трансляций спортивных мероприятий по заказу абонента. Представленные результаты демографических и психографических исследований аудитории «НТВ-Плюс» подтверждают актуальность распространения спортивного контента посредством «новых медиа».

Третий параграф «Качественное изменение аудитории. Участие аудитории в производстве контента» посвящен вопросам изменения зрительской аудитории. Описаны важные тренды спортивного телевидения – виртуальное общение производителей и потребителей медиапродукта и новое качество телесмотра спортивного контента. Показано, что, благодаря внедрению интерактивных «on-line» сервисов, традиционная телеаудитория трансформируется в медиатизированную публику, которая может формировать и независимо от производителя контента реализовать свои запросы на просмотр спортивных видеоматериалов.

В четвертом параграфе «Дигитализация и конвергенция в работе спортивного журналиста» анализируются основные признаки конвергентной журналистики и описывается творческий процесс создания мультимедийного спортивного продукта. Показано, с какими новыми вызовами сталкивается спортивный журналист в повседневной работе, и каким образом реализует свой творческий потенциал в разных областях профессиональной деятельности: комментатор, аналитик, корреспондент, репортер, ведущий, блогер.

В третьей главе «Роль спортивного комментирования в телевизионной медиатизации» исследуется роль языковой личности журналиста-комментатора в телевизионной медиатизации с теоретической и практической точек зрения.

В первом параграфе третьей главы «Место спортивного комментария в репрезентации спортивного медиасобытия» изучены функции медиатора спортивного события и его место в телевизионной репрезентации спорта. Определена роль спортивного комментария в реализации информационно-коммуникативной функции телевидения. Показано, что спортивный комментарий занимает центральное место в структуре медиального события и является инструментом телевизионной медиатизации, внося существенный вклад в визуально-смысловое отражение актуального спортивного события на экране.

Во втором параграфе «Дискурсивная языковая личность спортивного комментатора. Типология языковых личностей комментаторов “НТВ-Плюс”» изучены конкретные языковые личности тележурналистов телекомпании в контексте производства ими спортивного медиaproдукта. С этой целью были использованы параметры типологического описания и классификация коммуникативных типов спортивных комментаторов, предложенных Е.Г. Малышевой в работе «Русский спортивный дискурс: лингво-когнитивное описание».

На основании проведенного анализа номенклатуры первичных речевых жанров, особенностей их функционирования и тактик речевого поведения были определены речевые имиджи и представлена типология дискурсивных языковых личностей комментаторов «НТВ-Плюс». Базовой номинацией для реализации языковой личности в жанре спортивного комментария является номинация комментатор-«репортер», поскольку событийный характер футбольного матча предполагает оперативный дискурсивный мониторинг в целях репрезентации происходящего на поле. Однако во время ведения прямого репортажа о футбольном матче может актуализироваться коммуникативная дискурсивная доминанта, определяемая языковой личностью комментатора, его психологическими особенностями и темпераментом.

Анализ рейтингов спортивных комментаторов «НТВ-Плюс», полученных по результатам конкурсов комментаторов среди зрителей телекомпании, показал, что наибольшей популярностью пользуются номинации комментатор-«знаток», комментатор-«болельщик», комментатор-«ироник».

Третий параграф «Спортивный комментарий как инструмент телевизионной медиатизации» состоит из трех подпараграфов и посвящен анализу использования языковых средств разных уровней для создания занимательности и передачи зрелищности репрезентируемого спортивного события.

В первом подпараграфе «Метафора в футбольном комментарии» показано, что метафора, являясь удобным и привлекательным инструментом, освобождает комментатора от необходимости рационального описания

игровых моментов и дает возможность ограничиться емкими образными характеристиками, что оживляет репортаж, оставляет простор для интерпретации, привлекает и удерживает интерес зрителя. Например, *«Ураганная игра сменяется оползнем <...> Мгновения уничтожают соперника <...> Рауль – великий актер, великий лицедей этого футбольного спектакля! Он технарь и при этом кувалда!»* (А. Шмурнов. «Шальке» – «Лион». 24.11.2010. «НТВ-Плюс. Футбол»). Комментатор в небольшом фрагменте текста транслирует значительный объем информации: о смене игрового сценария, о невозможности отыграть за короткое время до окончания матча, высоко оценивает тактические и физические качества легендарного футболиста Рауля Гонсалеса Бланко и весь матч в целом, называя его футбольным спектаклем. Метафоры *«Лицо “Реала” написано в довольно лаконичном стиле, а-ля Пикассо – размашистыми штрихами быстрых атак»* (В. Уткин. «Реал» – «Атлетико». 07.11.2010. «НТВ-Плюс. Футбол») и *«“Барса” начинает давить. Вот ее пальцы постепенно тянутся к горлу “Валенсии”»* (В. Уткин. «Валенсия» – «Барселона». 21.09.2011. «НТВ-Плюс. Футбол») передают динамичность и зрелищность игры.

В спортивном медиадискурсе метафора является, с одной стороны, одним из инструментов медиатизации, то есть средством вербально-стилистического воплощения спортивного события на экране, а с другой стороны, – маркером, определяющим точность восприятия и глубину понимания игры комментатором. Например, яркой метафорой *«Это была смертельная атака Барселоны. Как пуля, которая попадает в сердце, но не убивает»* (В. Уткин. «Валенсия» - «Барселона». 21.09.2011. «НТВ-Плюс. Футбол») комментатор точно передает остроту игрового момента.

Анализ сегментации метафор, употребляемых журналистами телекомпании «НТВ-Плюс», показал, что наиболее частотными сферами-донорами являются **«медицина»** (*«Аритмия игры», «Нервы навывпуск», «Анемичная команда», «Асфиксия обороны», «Диафрагма атаки»*), **«война»** (*«Расстрельный результат», «Тактическая паутина», «Сложносочиненный рикошет»*), **«искусство/театр»** (*«Урюпинская режиссура», «Моноспектакль полузащитника», «Голевая феерия»*).

Во втором подпараграфе «Эмотивность и оценочность футбольного комментария» показаны инструменты телевизионной медиатизации, с помощью которых комментатор «заражает» зрителя своими эмоциями, формирует точку зрения и реализует стратегию передачи зрелищности футбольного матча. Проанализированы концепты «эмотивность», «оценочность» и их языковая объективация в комментариях журналистов спутниковой телекомпании «НТВ-Плюс». Показано, что в ситуативном футбольном комментарии оценка «плохо – хорошо» основывается не на одних лишь логических критериях, но и на эмоциях, которые испытывает комментатор. При этом оценка и эмоция оказываются неотделимы друг от друга, так как совпадают их параметры: «приятное» – «хорошо», «неприятное» – «плохо». Симультанное наложение в процессе комментирования эмотивности

и оценочности актуализирует эмотивную оценку (эмотив). Объективация эмотивных оценок комментаторов осуществляется посредством эмотивов двух групп: «восхищаться», «превозносить» и «осуждать», «пренебрегать». С этой целью используются языковые единицы широкого диапазона: от литературно-книжных до разговорных. В качестве эмотивных оценок наиболее часто используются:

– **существительные:** *экстра-эмоция, моноспектакль, цирк, драйв, лицевой, ловкач, актер, умница, притворщик, жулик, провал, восторг, блеск, круть, жесть, заморочка, феерия;*

– **прилагательные:** *нереальный, фантастический, феноменальный, невероятный, ликующий, расчетливый, вялый, выдающийся, тягучая, искрометная;*

– **глаголы движения или действия:** *прорвались, влетели, обложили, завалили, накрыли, поджала, завелась, обокрал, будоражит, вколачивает, заправляет, бодаться, склеивает, вскроется;*

– **наречия:** *опасно, блистательно, грандиозно, интересно, здорово, вкусно, красиво, гениально, круто, классно, провально, позорно, скромно, органично;*

– **междометия:** *ах, ох, ну, фу, уф, ух, эх, оп-на, браво, ура, увы;*

– **фразеологизмы:** *играть с огнем, гол престижа, свистать всех наверх, зрелищный матч, тянуть время, разгром соперника;*

– **окказионализмы:** *обезмячить, животрепещущест, изюмно, остолбенит, остолбенело, бекхемновато, раскураженность;*

– **метафоры:** *игроки плетут красно-белые кружева, осанистая игра, артиллерийское оружие, голевое пиршество, главное блюдо тура, варево атаки, театр футбола, оборона застегнута на все пуговицы.*

Показано, что эмотивность и оценочность реализуются через лексические, словообразовательные, фонетические и стилистические средства. Наиболее частотны в жанре спортивного комментария журналистов «НТВ-Плюс» лексические средства и стилистические приемы усиления звуковой выразительности. Например, аллитерация «*Грандиозно играет голкипер!*» (Ю. Розанов. «Бавария» – «Интер». 22.05.2010. «НТВ-Плюс. Футбол»), эпифора «*Превосходна команда – эпоха, легенда!*» (Ю. Розанов. «Челси» – «Манчестер Юнайтед». 06.04.2011. «НТВ-Плюс. Футбол»), «*Такая игра! Глубинная, умная, изящная!*» (А. Шмурнов. «Шальке» – «Лион». 24.11.2010. «НТВ-Плюс. Наш футбол»). Стилистическими приемами комментатор привлекает внимание зрителя к объективации своей оценки, акцентирует ее значимость для понимания ключевого момента матча или хода игры в целом и тем самым повышает потенциал воздействия комментария.

Гиперболизации оценочных эмотивов способствуют восклицательные конструкции комментария. При этом частотным синтаксическим приемом эмоционального комментария является повтор. Например: «*Суарес! Суарес! Суарес!.. Гол-гол-гол-гоол!!!*» (А. Шмурнов. Сборная Уругвая – Сборная Парагвая. 24.07.2011. «НТВ-Плюс. Футбол»). Многократное повторение

фамилии футболиста на протяжении эпизода его прохода к воротам и голевого удара усиливает напряженность речи, придает экспрессивную окраску и вовлекает зрителя в сопереживание кульминационного момента. Или: «*Это Варан был! Молодой Варан! Реальный Варан!*» (В. Уткин. «Реал» – «Райо Вальекано». 24.09.2011. «НТВ-Плюс. Футбол»). Восклицательная конструкция с повторениями передает восторг комментатора от мастерски реализованной комбинации и забитого гола Рафаэля Варана, игрока испанского Реала.

Привлечение внимания зрителя осуществляется и посредством акцентированного произнесения слов. Комментаторы часто пользуются приемом множественного повторения (мультиплицирования) согласных в конце слова или удлинению гласных звуков («*Играет “Интерrrr”!*» «*Выходит вперед “Байерrrr”!*» «*Ударrrr! Гоооол! Снова впереди “Бордооо”!*»). Такой прием усиливает звуковую и интонационную выразительность речи комментатора.

Инструментами яркого эмоционального комментария является также динамика речи, варьирование звучания голоса, нарастание и понижение громкости. Эмотивность и оценочность футбольного комментария определяются особенностями языковой личности спортивного комментатора и его профессиональным опытом.

Третий подпараграф «Языковая игра в футбольном комментарии» посвящен изучению приемов и функций языковой игры, реализуемой спортивными комментаторами «НТВ-Плюс». Показано, что языковая игра является оправданной и продуктивной только при коммуникативном равенстве адресанта и адресата, когда зритель в состоянии дать ей ментальную и эстетическую оценку. В этом случае приемы языковой игры помогают реализовать прагматические задачи комментатора.

Распространенными функциями языковой игры в спортивном комментарии являются аттрактивная, фатическая, компрессивная, экспрессивная, характерологическая.

Основными способами создания языковой игры в дискурсе комментаторов «НТВ-Плюс» являются модификация прецедентных имен, ситуаций, высказываний, каламбуры с именами собственными и трансформированная цитация. Например: «*Вот такая сольдадская судьба!*» (В. Уткин. «Валенсия» – «Барселона». 21.09.2011. «НТВ-Плюс. Футбол»). Комментируя ситуацию, когда травмированный игрок лежит на газоне, автор благодаря паронимии окказионально трансформированного имени собственного (*Сольдадо* – «*сольдадская*») и нарицательного (*солдат* – *солдатская*) обыгрывает название стихотворения К. Ваншенкина «Солдатская судьба» (1953). «*Игра могла бы быть поострее, а вот трибуны вполне громокипящие*» (В. Уткин. «Спартак» – «ЦСКА». 11.05.2011. «НТВ-Плюс. Наш футбол»). Комментатор использовал поэтический образ лирического стихотворения Ф.И. Тютчева «Весенняя гроза» (1828, 1854), ставшего впоследствии названием первого сборника стихов Игоря Северянина «Громокипящий кубок» (1913).

Языковая игра с использованием прецедентных текстов формирует речевую индивидуальность комментатора, демонстрирует его литературные вкусы и способность к словотворчеству, однако такая игра является актуальной лишь для аудитории с широким гуманитарным кругозором. В целях полноценного функционирования языковой игры комментаторы «НТВ-Плюс» используют прецедентные тексты из культовых кинофильмов, мультипликационных фильмов, популярных песен и стихотворений, которые известны самой широкой публике. *«Дело пахнет угловым!»* (Ю. Розанов. «Челси» – «Манчестер Юнайтед». 06.04.11. «НТВ-Плюс. Футбол»). Обыгрывается прецедентная цитата *«Дело пахнет керосином»* из фельетона М.Е.Кольцова *«Все в порядке»* (Правда 22.04.1924) с заменой лексемы. *«Вилья пытался просочиться сквозь стену. То ли не верил в себя, то ли видел препятствие. А может, костюмчик не сидел?»* (В. Уткин. «Валенсия» – «Барселона». 21.09.2011. «НТВ-Плюс. Футбол»). В оценке игрового эпизода комментатор отсылает зрителя одновременно к повести Аркадия и Бориса Стругацких *«Понедельник начинается в субботу»* (1965) и телевизионному фильму по ее мотивам *«Чародеи»* (1982) с известной широкой публике *«Песенкой про костюмчик»* (муз. Е. Крылатова, сл. Л. Дербенева).

Наиболее частотна языковая игра на словообразовательном и фонетическом уровнях. В ситуации дискурсивного мониторинга, предполагающего неотложную реакцию комментатора на действия спортсменов, может возникнуть отклонение от языковой нормы, которое актуализирует языковую игру через генерирование авторского окказионализма, либо применение так называемых потенциальных слов. Проведенный анализ комментариев показал, что довольно частой языковой игрой является расширение парадигмы слова, то есть образование не свойственной слову грамматической формы. Этот прием заключается в несоблюдении правил сочетаемости основ со словообразующими аффиксами. Употреблением таких форм, лишь потенциально возможных в нормативной речи, автор акцентирует внимание зрителя на смысле, который хочет передать.

В языковой игре переосмыслению словообразовательной структуры через расширение парадигмы могут подвергаться:

– **существительные:** *«Степень животрепещущести»*, *«Ну, что? Испанчура наша вылетела в четвертьфинале?»*, *«От не него не ждут какого-го страшного бомбардирства»*, *«Настоящность игры»*, *«Некая расслабленность, некоторая раскураженность»*, *«Остолбенизм»*, *«Чемпион – лигисты»*;

– **глаголы:** *«Меня это остолбенило»*, *«Начинает болеться само собой»*, *«У “Райо” новый президент и он президирует третий год»*, *«Надо, кстати, понять, кто сегодня капитанит у Бильбао?»*;

– **наречия:** *«Изъяснитесь как-нибудь попонимабельнее»*, *«Так наверняка, так навернякаковее»*, *«Стоит близковато»*, *«Ушел центрее»*;

– **прилагательные:** *«Фигарошная игра»*, *«Буратинный дриблинг»*, *«Три товарища барселонские»*, *«Разжимается рубиновская пружина»*.

Распространенным словообразовательным приемом языковой игры спортивного комментария является контаминация – «сложение» двух слов или их сегментов, например: «*Финал выдался искросцепительным*», «*Это – Пуйоль! Вот она быстроходка вернулась!*», «*Влетел в ворота, как на мопеде*», «*Роналдиньо обезмячили*», «*Околофутбол*».

На словообразовательном уровне языковая игра может состоять в обыгрывании соотношения имен собственных и нарицательных: «*“Спартак” ни на что, кроме давления пока не сподобился. Нету размашистости, нету удали, этой такой... этого такого думбизма!*» (В. Уткин. «Спартак» – «ЦСКА». 11.05.2011. «НТВ-Плюс. Наш Футбол»).

Окказионализм «думбизм» образован сообразно стойкой традиции формирования терминов – названий идейных и других течений – от имен основоположников путем присоединения суффикса «-изм». Этим новообразованием комментатор подчеркивает, что у футболиста московского «ЦСКА» Сейду Думбия выработался узнаваемый мастерский стиль игры. Применение устаревшего «сподобился» в значении «удосужился» усиливает добрую иронию комментатора. Данный пример наряду с развлекательной и аттрактивной реализует характерологическую функцию языковой игры и демонстрирует глубокое понимание игры и высокое языковое мастерство комментатора.

Наиболее частотной в спортивном комментарии журналистов «НТВ-Плюс» является языковая игра, объектом которой являются имена собственные, фонетическое разнообразие которых дает обширный материал для словотворчества. Вербальное сопровождение футбольного матча насыщено фамилиями игроков. За одну минуту футбольного матча комментатор может произносить их до 30 раз. В этом случае языковая игра строится на феноменах омонимии и (или) паронимии. В качестве основы функционирования языковой игры лежит принцип смыслового объединения в одном контексте: «*Мы все видим!*» (Глагол *видим* – имя собственное Неманья *Видич*), «*Атака “Сарагосы” этому обрадович*» (глагол *обрадовалась* – имя собственное Иван *Обрадович*), «*Может он покажет что-нибудь озобенное?*» (Прилагательное *особенное* – имя собственное Филип *Озобич*).

Благодаря стилевому разнообразию и высокому профессионализму журналисты телекомпании «НТВ-Плюс» вносят существенный вклад в процесс медиатизации спорта, способствуя созданию медиапродукта высокого качества.

В заключении подведены итоги исследования, сформулированы выводы и приведены рекомендации, связанные с дальнейшим изучением медиатизации спорта и спортивного комментирования. Исследование позволило получить результаты, соответствующие заявленным во **введении** целям и задачам.

Библиографический список использованной литературы содержит 200 источников, в том числе монографии, статьи, авторефераты диссертаций, справочную литературу.

В приложениях содержатся материалы, являющиеся необходимым дополнением к данной диссертационной работе и расширяющие некоторые ее

посылы: графические схемы расположения телевизионных камер при трансляции футбольного матча, динамика экономических показателей телекомпании, таблица рейтингов спортивных комментаторов и другие.

Основные положения диссертации изложены автором в следующих научных публикациях по теме исследования:

1. Гутцайт Р.Л. Дигитализация и конвергенция в работе спортивного журналиста «НТВ-Плюс. Футбол»//Материалы Международного молодежного научного форума «Ломоносов-2010» / Отв. ред. И.А. Алешковский, П.Н. Костылев, А.И. Андреев, А.В. Андриянов. [Электронный ресурс] – М.: МАКС Пресс, 2010. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).
2. Гутцайт Р.Л. Комментатор на спортивном канале/ Трансформация систем СМИ в современном мире//Материалы международной научно-практической конференции «Журналистика 2009». – М.: Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, 2010. – С. 243 – 244.
3. Гутцайт Р.Л. Эмотивность и оценочность телевизионного спортивного комментария//Материалы Международного молодежного научного форума «Ломоносов-2011»/Отв. Ред. А.И. Андреев, А.В. Андриянов, Е.А. Антипов, М.В. Чистякова. [Электронный ресурс] – М.: МАКС Пресс, 2011. – 1 электрон. опт. диск (DVD-ROM).
4. Гутцайт Р.Л. Спортивное комментирование и его роль в телевизионной медиатизации (на примере спортивных каналов НТВ ПЛЮС ФУТБОЛ)/Проблемы современной журналистики//Материалы межвузовской конференции, посвященной 50-летию РУДН. – М.: РУДН, 2010. – С. 154 – 157.
5. Гутцайт Р.Л. Медиатренды спортивной журналистики: опыт спутникового телеканала «НТВ-Плюс. Футбол»//Вестник Российского университета дружбы народов. Серия «Литературоведение, журналистика». – 2011. – №2. – С. 113 – 117.
6. Гутцайт Р.Л. Эмотивность и оценочность телевизионного футбольного комментария//Медиаскоп. – Выпуск № 4, – 2011. – <http://www.mediascope.ru/node/951> – 0421100082\0087.
7. Гутцайт Р.Л. Языковая игра в речи спортивного комментатора// Медиаскоп. – Выпуск № 1, – 2012. – <http://www.mediascope.ru/node/1022> – 0421200082\0010.
8. Гутцайт Р.Л. Телевидение как идеальный медиатор репрезентации спортивного события (на примере спутниковой компании «НТВ-Плюс»)//Материалы Международного научного форума «Ломоносов-2012». URL: http://lomonosov-msu.ru/rus/show_points_44045.html

Гутцайт Роман Леонидович (Россия)
**Спортивное комментирование и его роль в телевизионной
медиатизации (на примере спутниковой телекомпании «НТВ-Плюс»)**

Диссертационное исследование посвящено изучению роли спортивного комментирования в телевизионной медиатизации спорта на примере спутниковой телекомпании «НТВ-Плюс». В работе предложено определение телевизионной медиатизации спорта и показана роль языковой личности спортивного комментатора в качестве медиатора спортивного события, продуцента авторской метафоры, эмотивности, оценочности и языковой игры, соавтора яркого медиапродукта, максимально полно репрезентирующего спортивное событие на экране. Данное исследование может быть использовано для разработки теоретической концепции спортивного комментирования, расширения содержания спецкурсов по спортивной тележурналистике и корректировке языковой компетенции спортивных комментаторов.

Guttsait Roman Leonidovich (Russia)
**Sport Commentaries and Their Role in TV Mediatization (by experience of
«NTV-Plus» Satellite TV Company)**

The thesis deals with the role of sport commentaries in the mediatization of sports by experience of «NTV-Plus» digital satellite TV Company. The author has defined the TV mediatization of sports and the role of the linguistic personality of sports commentator as a mediator of a sports event, producer of metaphors, emotiveness, evaluation and linguistic game and a coauthor of a vivid media product who represents a sports event on the TV screen maximally fully. This research can be used to create a theoretical conception of commentary for sporting events, extension of the content of special courses on sports TV broadcast journalism and correction of sports commentators' linguistic competence.