

---

УДК 81'42 : 796

ББК 81.0

К 65

Копылова Ю.В.

*Аспирант кафедры русского языка Адыгейского государственного университета, e-mail: ju.kopylova@gmail.com*

**Газетная метафора как прием выражения социальной оценки  
в спортивных материалах российской прессы**  
*(Рецензирована)*

***Аннотация:***

Газетная метафора, функционирующая в спортивных материалах российской прессы, описывается как прием выражения социальной оценки. Предметом анализа становятся различные виды метафор, использование которых создает прагматический потенциал газетного текста. Делается вывод о том, что особенности спортивной жизни и деятельности обуславливают высокую активность тех метафорических единиц, которые, с одной стороны, выражают авторскую оценку, а с другой - оказывают значительное эмоциональное воздействие на адресата.

***Ключевые слова:***

Воздействие, газета, дискурс, картина мира, метафора, спортивный, оценочность, эмоциональность.

**Kopylova Yu.V.**

*Post-graduate student of Russian Language Department, Adyghe State University, e-mail: ju.kopylova@gmail.com*

**Newspaper metaphor as a way to express a social assessment  
in sports materials of the Russian press**

***Abstract:***

The newspaper metaphor functioning in sports materials of the Russian press is described as a way to express a social assessment. Various types of the metaphors the use of which creates the pragmatic potential of the newspaper text are a subject of the analysis. The conclusion is drawn that features of sports life and activity cause high activity of those metaphorical units which, on the one hand, express the author's assessment, and, on the other hand, make considerable emotional impact on the addressee.

***Keywords:***

Influence, newspaper, discourse, world picture, metaphor, sports, estimation, emotionality.

Язык спортивной журналистики представляет собой богатый и весьма интересный материал для исследований функционально-стилистического аспекта тропов, поскольку текстам СМИ, посвященным спортивной жизни, свойственны такие стилистические качества, как экспрессивность и изобразительность, эмоциональность и оценочность. Среди стилистических ресурсов спортивной жур-

---

налистики важнейшее место отводится метафоре, стилистический и прагматический потенциал которой определяется тем, что метафора способна, с одной стороны, выразить отношение автора, его оценку участников соревнований и тем самым оказать влияние на мнение читателя, а с другой стороны, создать экспрессивно-эмоциональные зрительные образы, воздействующие на чувственную сторону восприятия. По мнению Г.Я. Солганика, «оценочные метафоры в публицистике призваны организовать общественное мнение, создать у адресата нужный адресанту яркий зримый образ, суггестивно влияющий на восприятие информации под заданным углом зрения» [1: 36].

Спортивные материалы, отличающиеся повышенной метафоричностью, как правило, относятся к аналитическим жанрам современной газетной публицистики, которая, «проигрывая» электронным СМИ в оперативности, ориентирована не столько на чистое информирование, сколько на анализ произошедших событий. Так, в последние годы особенно значительно изменился облик репортажа: «обезличенный тон спортивного репортера сменился на эмоционально-экспрессивный, оценочный, поскольку информативность стала сочетаться с элементами анализа, прогноза, оценки» [2: 134]. Образная аналитичность, вызванная особенностями журналистского мышления, - неотъемлемая черта спортивных репортажей, статей, обзоров и комментариев, преследующих целью осмысление результатов спортивных состязаний, а также накопившихся проблем в профессиональной спортивной деятельности. Языковые особенности спортивных материалов аналитических жанров во многом обусловлены активным использованием метафор, выражающих социальную оценку. «Главная особенность языка публицистики – оценочность, и все языковые средства направлены на то, чтобы оказывать воздействие на аудиторию» [3: 121].

Современные журналисты, авторы спортивных аналитических текстов, нередко обращаются к газетной метафоре, которая является результатом мыслительной деятельности, одним из развитых способов познания и восприятия мира. «... Метафора пронизывает всю нашу повседневную жизнь и проявляется не только в языке, но и в мышлении и действии» [4: 3]. Газетная метафора, обладающая ярко выраженными оценочными коннотациями, предназначена для формирования мнения адресата в заданном автором направлении. «Человек не столько выражает свои мысли при помощи метафор, сколько мыслит метафорами, создает при помощи метафор тот мир, в котором он живет. Используя метафоры, человек стремится в процессе коммуникативной деятельности преобразовать существующую в сознании адресата языковую картину мира» [5: 175].

Картина мира, создаваемая спортивной журналистикой, отличается метафорическим разнообразием, ибо источниками метафорической экспансии выступают разные тематические сферы, традиционные и хорошо знакомые массовой аудитории: война, искусство, медицина, строительство, пища и т.д. Среди разновидностей газетной метафоры высокую частотность употребления демонстрируют военные метафоры, что во многом обусловлено национальными стереотипами сознания, в котором *спортивная победа*, завоеванная огромными усилиями, отождествляется с *военной победой*. Отсюда и популярность в спортивном дискурсе метафорической модели «Спорт - это война», единицы которой акцентируют остроту и драматизм борьбы.

Спортсмены, судя по материалам СМИ, участвуют в *сражениях и баталиях*, вступают в *войны, бои* и даже *битвы*. Подобного рода метафоры выступают как базовые единицы спортивного дискурса, поскольку без употребления военной лексики не обходится практически ни одно опи-

сание спортивного состязания. Языковые единицы, заимствованные из этой сферы, выполняют не только прагматическую, но и текстообразующую функцию и нередко выносятся в сильную позицию текста:

*Начались сражения за Кубок Gagarin. Это как первый полет в космос - все незнакомое и непонятное* (Нов. газ.04.09.2008).

К широкоупотребительным метафорам, участвующим в образовании метафорической модели «Спорт - это война», относятся образные наименования не только спортивных состязаний, но и всех, кто в них участвует: спортсменов, тренеров, их помощников и т.п.:

*Поменялся практически полностью тренерский штаб <...>, в состав ввели молодых спортсменов, конкуренция усилилась, подтянули работу всех «тыловых» служб, но на скорые результаты перестройки не рассчитывали* (Нов. газ.18.01.2012).

Широкое распространение военных метафор в газетных материалах, освещающих спортивную жизнь, представляется вполне закономерным. Во-первых, исторически спорт считался подготовкой к войне, в нашей стране многие десятилетия спорт носил милитаризованный характер. Во-вторых, вследствие жесткой конкуренции спорт в постсоветском обществе, как и политика, считается достаточно влиятельной силой. Повышенная агрессивность, присущая современному спорту как виду профессиональной деятельности, безусловно, способствует активизации в спортивной журналистике военной метафоры, отражающей конфликтогенность, противоборство:

*В Питере и Казани - хоккей до первой крови*

*Древняя русская традиция устраивать в праздничные дни групповые кулачные бои получила неожиданное развитие на исходе рождественских каникул. В матчах 40-го тура чемпионата России по хоккею в ледовых сражениях*

*«стенка на стенку» сошлись не только хоккеисты, но и болельщики* (Известия. 13.03.2013).

Анализ показывает, что для выражения метафорической оценки агрессивного поведения участников соревнований могут использоваться сниженные лексические единицы, обладающие высокой экспрессией:

*Хоккей в Канаде после 1972 года ... превратился из жесткой игры в жестокую. Жестокости «летчиков» стали подражать другие – инфекция с беззубой физиономией Кларка и усами Дэйва «Молота» Шульца распространилась по всей НХЛ. «Летчики» были больше похожи на налетчиков – они заработали 1756 минут штрафа!* (Нов. газ.31.08.2011).

Переосмысливая известное выражение «летчик-налетчик», автор вышеприведенного текста обыгрывает звуковую близость метафор и резко неодобрительно оценивает неспортивное поведение канадских хоккеистов, которое «заражает» спортсменов со скоростью *инфекции*.

Среди морбиальных метафор, активно функционирующих в спортивном дискурсе, также встречаются высокочастотные, базовые метафоры, функционирующие в материалах не только на тему спорта, но и, например, политики. Одной из таких языковых единиц является метафора *эпидемия*:

*Женю Кузнецова, самого яркого молодого форварда прошедшего чемпионата, в Чехии было не узнать... Эпидемия травм разрушила практически все связки, которые или наигрывались в ходе сезона, или предполагались* (Нов. газ. 02.05.2012).

Весьма характерной для дискурса, отражающего спортивную деятельность, представляется механистическая метафора, поскольку и сама подготовка спортсмена, и его успешные выступления в условиях высокой конкуренции ассоциируются с работой отлаженного механизма. Механистическая метафора выступа-

ет как гиперболическая оценка физических возможностей человека:

*Мэнни Пакьяо больше не человек. И даже не гуманоид. Это просто машина, не ведающая ни боли, ни усталости <...>* (Сов. спорт. 16.11.2009).

Функционирование механистической метафоры в современных газетных текстах было подготовлено развитием в советской публицистике ключевого образа «Человек - это механизм». В результате использования метафорических номинаций, которые объединяются на основе представления спортсмена в качестве «механизма», нивелируются индивидуальные качества спортсмена как человеческой личности, способной испытывать переживания, эмоции: ср. *машины, роботы, моторы* и т.д. Поэтому авторы газетных статей, развенчивая стереотип о том, что выдающийся спортсмен, побеждающий в самых ответственных стартах, – *машина*, стараются убедить нас в обратном:

*Не так давно один профессор объяснял феномен Усэйна... Профессор сравнил Болта с машиной. Безусловно, Болт – бегун милостью Божьей. Усэйн финиширует легко и непринужденно. Но он – никакая не машина. Разве будет машина перед стартом приплясывать, заигрывать с публикой, кривляться и посылать воздушные поцелуи?* (Нов. газ. 08.09. 2012); *Медали для Китая выигрывают не «роботы», а люди – «другие»* (Нов. газ.04.09.2008).

К базовым метафорам спортивного дискурса относится и театральная метафора, которая здесь проявляет такую же активность, как и в политическом дискур-

се. Появление в этом виде дискурса лексики, заимствованной из области искусства, вызвано тем, что многие виды спорта весьма привлекательны с эстетической точки зрения. И поэтому театральные метафоры, представляющие спортивные состязания и их участников как *спектакль*, который мастерски сыгран *актерами*, здесь нередко используются с целью выражения положительной оценки:

#### **Шедевр в трех частях**

*Грандиозный спектакль сотворила вся команда, а не только мегазвено Павла Денюка и его гениальный лидер. И если атака была истинным пиришеством, то защита – образцом надежности и самоотверженности* (Нов. газ.18.12.2012);

*<... > К тому же наш итальянский режиссер посредством грамотных замен подкорректировал игру своих актеров и направил анилаговый спектакль в нужное русло* (Нов. газ.15.10.2012).

Если в метафорической картине мира спортсмены становятся *действующими лицами*, то спортивные репортеры берут на себя роль их *критиков* и заключают свои наблюдения в жанр, предназначенный для анализа произведений искусства:

#### **Закрытый показ**

*Рецензия на мировую хоккейную премьеру, которую в России никто не видел* (Нов. газ.06.10.2008).

Таким образом, в пространстве газетного спортивного дискурса активно функционируют заданные особенностями спортивной жизни разные виды газетной метафоры, которые выражают социальную оценку и оказывают значительное эмоциональное воздействие на адресата.

#### **Примечания:**

1. Солганик Г.Я. О специфике газетно-публицистической метафоры // Журналистика и культура русской речи. 2002. № 2. С. 32-42.
2. Ляпун С.В. Приемы создания экспрессии в спортивной журналистике // Инфоносфера и массовые коммуникации: материалы Междунар. науч.-практ. конф. Ростов н/Д: Логос, 2008. С. 132-136.
3. Ляпун С.В. Газетная публицистика в парадигме лингвистических исследований

---

XXI века // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер. Филология и искусствоведение. Майкоп, 2011. Вып. 1. С. 117-123.

4. Lakoff G., Johnsen M. *Metaphors we live by*. London: The University of Chicago Press, 2003. 276 p.
5. Чудинов А.П. *Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации*. Екатеринбург: Урал. гос. пед. ин-т, 2003. 248 с.

#### **References:**

1. Solganik G.Ya. On specifics of a journalistic metaphor // *Journalism and culture of the Russian speech*. 2002. No. 2. P. 32-42.
2. Lyapun S.V. *Technique of expression in sports journalism // Infonoosphere and mass communications: materials of the International scient. and pract. conf. Rostov-on-Don: Logos, 2008. P. 132-136.*
3. Lyapun S.V. *Newspaper journalism in the paradigm of linguistic studies of the XXI century // The Bulletin of the Adyghe State University. Series «Philology and the Arts».* Maikop, 2011. Issue 1. P. 117-123.
4. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors we live by*. London: The University of Chicago Press, 2003. 276 p.
5. Chudinov A.P. *Metaphorical mosaic in modern political communication*. Yekaterinburg: the Ural State teachers' training institute, 2003. 248 pp.