

ЖУРНАЛИСТИКА И РЕКЛАМА

УДК 070.447:78

ЯЗЫК СПОРТИВНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ: ОТ КЛАССИКИ ДО ЖАРГОНА

Р. М. Гатаулин

Казанский (Приволжский) федеральный университет
кафедра журналистики

В современном обществе меняется язык всей системы СМИ, а не только отдельных подсистем, куда входит и спортивная журналистика. Но появление не-элементов не означает застой или развал традиционной языковой модели. Озвученная трансформация – неизбежный процесс, который происходит под воздействием социально-экономической и политической жизни страны и общества в целом. Другой вопрос – как к этим изменениям адаптируются средства массовой информации, которые вынуждены опираться не только на запросы своей профессиональной аудитории, но и на экономическую составляющую современного информационного рынка.

Ключевые слова: *спортивная журналистика; языковая система; трансформация; модернизация; информация; модуль; текст*

Система журналистики – это субстанция непостоянная. Она меняется, трансформируется, обрастает новыми формами и типологическими характеристиками. Данный процесс неизбежен и зависит, прежде всего, от рыночных и социальных условий, в которых в определенный период времени существует общественный институт. Впрочем, логическое изменение журналистики как системы вовсе не означает, что в ее ореоле начинают преобладать негативные оттенки. Дело в том, что любая трансформация любой системы (это касается не только журналистики, но и всей социально-экономической жизни общества) на наиболее глубоких социальных изломах, а тем более в условиях современного рынка СМИ может вызывать смешанные эмоции. Ведь в упомянутых ситуациях традиционные устои журналистики как системы порой замещаются так называемыми «неологизмами», но не в значении языка, а в значении системы журналистики как социального института [1]. Проще говоря, новые тенденции и изменения всегда вызывают в обществе некий резонанс и опасение относительного будущего. Это в сегодняшних условиях глобализации касается всей системы журналистики, включая ее отдельные типологические, а также содержательные элементы и подсистемы.

Одна из таких подсистем – это спортивная журналистика. Пожалуй, самая популярная и актуальная подсистема в структуре журналистики как социального института в сегодняшних условиях. Интересно, что в 90-х гг. прошлого века изучению спортивной журналистики как науки и как общественной деятельности уделялось не так много внимания. Даже если говорить непосредственно об учебной литературе, то большинство работ появилось только в 2000-х годах. Связано это с пересмотром отношения к профессиональному и любительскому спорту на государственном, политическом уровне [2, с. 3]. Отметим, что озвученные нами трансформации совпали с приходом к власти в Российской Федерации нынешнего ее президента Владимира Путина и партии «Единая Россия». Естественно, что данный факт объясняется не просто совпадением.

Актуализация спорта и пропаганда его в обществе при новой власти стала одним из программных лозунгов. Шагом, который должен был сыграть свою роль в формировании имиджа России на международной арене. Но это тема несколько иного изучения, ориентированного на политические и социологические науки. Нас же все изменения в спортивной журналистике интересуют с точки зрения филологических аспектов. И здесь тоже немало актуальных вопросов, ответы на которые мы постараемся найти.

Глобальная модернизация, прежде всего, коснулась языка СМИ. Причем и аудиовизуальных, и печатных, и, что самое важное, сетевых, то есть Интернет-изданий. Без отнесения всех озвученных типов СМИ к спорту. В целом система языка меняется в обществе, а не только в журналистике. Изменения в журналистике – это следствие того, что происходит в обществе как социальном институте. Наверное, более свободные языковые формы в сегодняшней системе журналистики – это следствие глубокого переосмысления и не менее глубокого фактического изменения русского языка. От литературного к более простому, разговорному, а уж в некоторых случаях – к жаргонизмам и профессиональным терминам, сугубо специализированным словам [3, с. 204]. В качестве примера здесь можно рассмотреть любое СМИ любой тематической и типологической группы, начиная от печатной журналистики и заканчивая аудиовизуальными СМИ. Именно на профессионализмах, узкоспециализированных словах, а порой и штампах, что, безусловно, негативно сказывается на популярности и рейтинге СМИ в профессиональной среде.

Языковая система спортивной журналистики сегодня – это, прежде всего, жесткая цензура [4, с. 57] как со стороны авторов, так и со стороны профессиональной среды, на которую ориентированы спортивные печатные, аудиовизуальные и сетевые издания (включая блоги). Феномен цензуры (а здесь, в этой типологической отрасли журналистики, он основывается на достаточно малочисленной профессиональной среде) на протяжении всего времени существования текстов о спорте был доминирующим признаком системы.

Отметим, что, с точки зрения общественных институтов, мир профессионального спорта – это малопонятный для рядового читателя или зрителя мир со своими особыми «потаенными» процессами, о которых не принято говорить перед широкой аудиторией. Иначе это будет означать, что журналист выпал из данного информационного поля. С точки зрения языка, показателем пример газеты «Советский спорт» и автора В. Уткина, который в одном из текстов назвал футбольный матч договорным, в общем-то, не имея никаких доказательств [5]. Отметим, что в случае подобных подозрений у сообщества профессиональных спортивных журналистов есть другая, более мягкая и обтекаемая, формулировка – «странный» матч. Данный пример свидетельствует об одной из особенностей, которая с развитием в спорте бизнес-моделей стала доминирующей в системе спортивной журналистики.

Другой интересный для изучения фактор функционирования языка спортивной журналистики – переход от классических форм к так называемым «жаргонизмам». Особенно заметен этот переход в «живой спортивной речи», то есть в аудиовизуальных СМИ, непосредственно в спортивных трансляциях и спортивных программах на отечественном федеральном телевидении. Систему, функционировавшую в советское время, можно считать идеальной эфирной моделью [4, с. 57], в которой не допускались никакие отклонения от нормы. Но после распада Советского Союза данные нормы начали рушиться и трансформироваться в сторону,

которую многие называют «западной демократизацией русской речи» или «американизацией русской словесности» [6, с. 94]. Язык новых российских СМИ, по мнению этих исследователей, в буквальном смысле изменился на 25% [6, с. 101]. В эфире появилось множество слов и выражений, заимствованных из других языков. В спортивной журналистике этот процесс продолжается по сей день. Причем система спортивной журналистики уже в те времена требовала перехода к таким языковым изменениям. Во-первых, потому что некоторые процессы в мире спорта просто-напросто иными словами и выражениями не обозначить, и здесь нужно было единообразие по сравнению со всем остальным миром. Правда, это не коснулось профессионализмов или терминов.

Во-вторых, развитие языка спортивной журналистики не может происходить обособленно, отдельно от развития системы журналистики в целом, которая «обросла» новыми языковыми формами еще в самом начале 90-х гг. XX в. [8, с. 68–69]. Интересно, что эти новые формы как раз и основывались на появлении новых слов, которые в русский пришли из других (преимущественно европейских) языков.

Формация нового языка стала более гибкой в контексте использования слов в телеэфире, но даже здесь у спортивных комментаторов свободы было куда больше, чем у всех остальных. Если, скажем, авторы криминальной хроники оперируют достаточно стабильным словарным запасом, то в спортивной журналистике, особенно в прямом эфире трансляций, он больше похож на броуновское движение, в котором допускается даже сознательное искажение смысла слов и их произношения [7]. Некоторые спортивные комментаторы делают сознательное искажение слов своим «отличительным» знаком, хотя здесь важна частота употребления таких слов.

Причин, на наш взгляд, несколько – от сугубо профессиональных журналистских качеств до банального недостатка классического образования [9]. Отсюда, кстати, и появление в обиходе телеэфира так называемых «жаргонизмов», хотя их употребление далеко не всегда имеет негативный подтекст. Процессы модификация речи, происходящие сейчас, отразились и на спортивной журналистике, хотя в системе спортивных СМИ упрощенная и несколько примитивная, ограниченная, прямолинейная система, прижилась достаточно органично [10, с. 202].

Печатные СМИ по конструкции текстов, а также по своему содержательному элементу, с точки зрения языковых формаций, практически не меняются [10, с. 202]. В данном случае стабильность и консерватизм – это отличительные свойства языка печатных изданий. Хотя и в этом типологическом слове встречаются исключения. Важно понимать, что язык печатных изданий остается наиболее «правильным», если мы говорим о литературных аспектах, так как газеты или журналы – это, прежде всего, СМИ, выстроенные на шаблонах, структуру которых в принципе изменить почти невозможно. Про исключения мы уже упоминали. К таковым можно отнести печатные издания развлекательного характера: от прессы «сканвордного» типа до прессы «желтой». Что касается спортивных печатных изданий, то в данном случае, с точки зрения языковых форм, мы наблюдаем уникальный случай сосуществования вроде бы неподходящих друг другу элементов, сочетания несочетаемых структур, когда в одном тексте, несмотря на внешний консерватизм, присутствуют абсолютно разные языковые характеристики [11, с. 2].

Спортивная пресса на сегодняшний день – один из самых малоразвивающихся элементов подсистемы спортивной журналистики. По конструкции языковых

форм в этом сегменте информационного рынка существует несколько видов СМИ. Самый популярный у массовой и специализированной аудитории, согласно медиаисследованиям, безусловно, тот, который и считается главным структурным элементом. Это максимально консервативные издания о спорте, ведущие свою историю еще с советских времен. Естественно, что по форме, содержанию, а также языковым характеристикам с течением времени они менялись и сегодня отражают те изменения, которые случились с русским литературным языком, да и с языком СМИ вообще. Но в целом данный тип СМИ («Советский спорт» и «Спорт-Экспресс»), причем их печатные версии, а не сетевые копии, по-прежнему является неким монументом стиля и грамотности языка, чего, кстати, нельзя сказать об экономических показателях изданий. Но данная проблема в период рыночной конкуренции с Интернет-СМИ касается всей печатной продукции, а не только спортивных изданий [5].

Впрочем, в условиях трансформации языка даже в печатных СМИ (как спортивных, так и неспортивных) он стал более простым, модель языкового влияния стала более упрощенной. В сравнении с аудиовизуальными спортивными СМИ, в печатной спортивной прессе жаргонизмов, конечно, меньше, как и просторечных выражений. Но они появились, причем в изрядном количестве. Нынешняя спортивная пресса оперирует достаточно богатым словарным запасом, но только в материалах одного типа – аналитического. Новостная же газетная лента – это сплошной шаблон, набор фраз и выражений, повторяющийся с некоторыми вариациями изо дня в день. Но сейчас для газеты спортивного содержания новости – это далеко не главное. Важнее, чтобы в печатной спортивной продукции были аналитические материалы. Именно аналитика (с точки зрения языка) в спортивной прессе – наиболее разносторонняя и богатая текстовая модель, хотя критерий оценки подобных материалов достаточно сильно размыт. Прежде всего, из-за косвенного и не всегда правильного толкования аудиторией авторских текстов [12]. Интересно, что приемы литературного редактирования авторских аналитических материалов о спорте порой тоже вызывают затруднения в силу специфики их тематического наполнения.

Во всяком случае, если мы говорим о языке в контексте спортивной прессы, то здесь всегда нужно опираться на монументальность печатных изданий, их природный консерватизм, а также дальнейшее развитие, которое вряд ли будет связано с невероятными экономическими успехами и глобальной модернизацией языковой группы, учитывая, что все главные тематические направления в спортивной прессе так или иначе уже обозначены [13]. Поэтому подходы в изучении языка спортивных печатных СМИ также останутся консервативными. С другой стороны, глобальные изменения на информационном рынке могут серьезно обновить спортивную языковую группу [15], естественно, без учета профессионализмов и терминов. Прежде всего, это касается самого динамично развивающегося типа СМИ – электронных изданий, сетевых блогов, чей язык сегодня уже имеет мало общего с классическим русским литературным языком.

Отметим, что язык Интернет-сообщества вообще многие эксперты считают серьезным отклонением от «нормального» русского языка, называя его чуть ли не примитивным, характерным лишь для одной субкультуры. Но сегодняшнее Интернет-сообщество – это даже не субкультура, это целое поколение, которое в процессе своего общения в социальных сетях модернизирует и обновляет языковые нормы традиционного характера. Это процесс неизбежный и неподконтроль-

ный ни для государства (несмотря на все вводимые в отношении Интернета законодательные нормы), ни для лингвистов, ни для общества в целом.

В этой связи язык спортивной журналистики в сетевых изданиях оказывается между двумя рубежами: традиционным, который перекочевал в сеть из печатных изданий, и новым, который считается основным в общении в социальных сетях. Но какой язык будет основным, зависит, прежде всего, от вида сетевого СМИ. И мы не должны забывать о том, что с некоторых пор законодательные нормы Российской Федерации к средствам массовой информации относят не только сетевые издания, привычные нашему глазу, но и авторские блоги, естественно, с сохранением по отношению к этим блогам всех законных требований, какие ныне распространяются и на другие, гораздо более традиционные виды СМИ [14].

К традиционным мы, прежде всего, относим крупнейшие спортивные Интернет-издания, которые характеризуются целым набором разных элементов, так или иначе влияющих на внутренний языковой контекст спортивной журналистики. К примеру, это «Чемпионат.ком», «Спортс.ру» и «Спортбюкс.ру». Эти издания держатся в топ-списке, соответственно, они в числе самых популярных спортивных СМИ в Интернете. Что интересно, общая модель построения издания у них практически идентична, с небольшими отклонениями в ту или иную сторону, а вот языковые нормы абсолютно разные. Самый консервативный и по-журналистски грамотный, на наш взгляд, это третий из упомянутых нами сайтов. «Спортбюкс.ру» – издание, характеризующееся в первую очередь большим количеством трансляций и новостными блоками. Аналитические материалы, согласно исследованиям, здесь занимают примерно 20% от всего спортивного контента. На языковую модель, используемую на сайте, это влияет достаточно сильно. По сути, здесь, в отличие от других Интернет-изданий, мы совсем не видим жаргонизмов и просторечных выражений, только термины и профессионализмы, удачно интегрированные в русский литературный язык. Пожалуй, с точки зрения соблюдения всех языковых норм, данный сайт – один из лучших. Но это объясняется его спецификой. Здесь не так важны авторские тексты с нетрадиционными изломами речи, как соблюдение литературных характеристик спортивного языка, что является по сути главным критерием публикации материалов со стороны выпускающих редакторов. Трансформация языка спортивной журналистики в сторону упомянутой нами более упрощенной модели здесь, конечно, тоже присутствует. Но не в той степени, как это происходит в других Интернет-СМИ.

Сетевые авторские блоги – самый новый вид СМИ, который тем не менее оказывает колоссальное влияние на языковую структуру спортивной журналистики. Основная характеристика представленной типологической модели основывается на авторских текстах, которые не подчиняются законам общепринятых жанров. Текстовая структура напоминает броуновское движение, где мысли облакаются в слова больше эмоционально, нежели логически. Это своего рода литературный хаос, который не имеет четко выстроенной системы. Текстовая модель здесь может быть абсолютно нетрадиционной, с использованием самых разных слов и выражений (и научный язык, и профессионализмы с жаргонизмами, и классический русский литературный язык, и просторечная лексика). Естественно, этот тип СМИ характеризуется более сложной языковой моделью.

Итак, главный вывод, который мы сделали в процессе исследования, касается модификации всей языковой системы спортивной журналистики: от более сложной, монументальной, традиционной модели к более простой, легкой и разнообразной.

разной с точки зрения текстовой структуры. В силу разных причин трансформация языка спортивной журналистики происходит феноменально быстрыми темпами, что объясняется и появлением новых типов СМИ, и быстрым развитием Интернет-изданий. Именно сетевые СМИ стали той частью системы, которая и определяет новые тенденции в развитии языка журналистики. Во многом благодаря Интернет-текстам, глобальная языковая модель спортивных СМИ, существовавшая еще в советское время, постепенно стала распадаться. Этот процесс привел к тому, что сегодня классический, если можно так выразиться, язык спортивной журналистики, опирающийся на фактологию, терминологию и профессионализмы, стал более доступным для массовой аудитории, которая к профессиональному спорту прямого отношения не имеет [14]. Правда, упрощение языка спортивной журналистики, как и языка всей системы журналистики в целом, не единственный критерий трансформации данного модуля. Язык спортивной журналистики (даже при условии всех изменений) остается неким монументальным сооружением, с характерными для него исключениями, правилами и характеристиками. Другими словами, спортивной языковой модели при всех неозементах присущ определенный консерватизм, особенно в традиционных средствах массовой информации. Уникальность языковой модели спортивной журналистики как раз и состоит в том, что она совмещает в себе две вроде бы несовместимые вещи: консервативный стиль изложения, включая текстовую структуру, а также неоземента новых типов СМИ и, соответственно, модифицированный разными социальными группами языковой модуль.

Список литературы:

1. Ахмадулин Е. В. Типологическое моделирование печати // Типология периодических изданий. Ростов-на-Дону: Изд-во Рост. ун-та, 1984. С. 31–40.
2. Баранов В. В. Типологические характеристики спортивной печати Российской Федерации. М.: Изд-во МГУ, 2000. 281 с.
3. Баранов В. В., Слюсаренко Е. А. Спортивная печать Российской Федерации (1990–2000) // Типология периодической печати. М.: Аспект Пресс, 2007. С. 204–216.
4. Бродская Н. П. Спорт больших достижений как пространство для формирования национального имиджа страны // Национальные интересы и имидж России. М.: ИМЭМО РАН, 2006. С. 57–62.
5. Виноградов П. А. Теория и методология использования СМИ в развитии физической культуры: автореф. дис. докт. пед. наук (в виде науч. докл.). М.: ВНИИФК, 1991. 66 с.
6. Войтик Е. А. Спортивная журналистика. Учебно-методическое пособие. Томск: Факультет журналистики ТГУ, 2004. 125 с.
7. Воронков П. Спортивная пресса как тип [Электронный ресурс]. URL: http://zhurnal.lib.ru/w/woronkow_p/sport_press.shtml (Дата обращения: 01.01.2014).
8. Исаев А. А. Спортивная политика России. М.: Советский спорт, 2002. 512 с.
9. Мартынов Д. В., Оськин А. В. Рынок печатных СМИ в России и в мире. М.: Вершина, 2006. 314 с.
10. Михайлов С. А., Мостов А. Г. Спортивная журналистика. Учебное пособие. СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2005. 224 с.
11. Слюсаренко Е. А. Специализированные журналы о спорте: типологические и профильные характеристики: автореф. дис. канд. филол. наук. М.: МГУ, 2003. 28 с.
12. Столяров В. И. Взаимоотношения спорта и политики (социально-философский и методологический анализ) // Взаимоотношения спорта и политики с позиции гуманизма. Вып. III. М.: Гуманитарный Центр «СпАрт» РГУФК, 2005. С. 5–123.

13. Суник А. Б. Российский спорт и олимпийское движение на рубеже XIX–XX веков. 2-е изд. М.: Советский спорт, 2004. 764 с.
14. Туленков Д. А. Спортивная публицистика и спортивная журналистика: особенности специализированного направления // Журналистика. Молодые исследователи: Межвузовский сборник научных работ студентов и аспирантов. Вып. 3. СПб.: Изд-во СПбГУ, 2004. С. 173–180.
15. Шишигин М. В. Спорт. Информация...Информация...М.: Мол. гвардия, 1974. 127 с.

LANGUAGE OF SPORTS JOURNALISM: FROM CLASSICS TO LINGO

R. M. Gataulin

Kazan (Volga Region) Federal University

The department of journalism

In modern society, changing the language of all the media system, not just the individual subsystems, which includes sports journalism. But the emergence of new elements not mean stagnation or collapse of the traditional language model. Voiced transformation - an inevitable process that occurs under the influence of socio-economic and political life of the country and society as a whole. Another question - how to adapt to these changes, the media, who have to rely not only on the demands of his professional audience, but also to the economic component of the modern media market.

Key words: *sports journalism; language system; transformation; modernization; information; module; text*

Об авторе:

ГАТАУЛИН Руслан Маратович – аспирант кафедры журналистики Казанского (Приволжского) федерального университета (420008, Казань, ул. Кремлевская, 18), e-mail: gataulin@rambler.ru.