

РОМАНОВ Д. К., ЦЫБИНА Л. В.

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ЭМОЦИЙ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ СПОРТИВНОМ ДИСКУРСЕ

Аннотация. В статье представлены результаты психолингвистического анализа ряда текстов англоязычного спортивного дискурса. В качестве объектов исследования выступили комментарии болельщиков в сети Интернет по поводу финального матча Чемпионата мира по хоккею с шайбой 2014 г.

Ключевые слова: спортивный дискурс, институциональный дискурс, спортивный комментарий, эмоция презрения, эмоция недоумения, эмоция гордости, спортивный болельщик.

ROMANOV D. K., TSYBINA L. V.

REPRESENTATION OF EMOTIONS IN ENGLISH SPORTS DISCOURSE

Abstract. The article presents the results of a psycholinguistic analysis of a number of texts of the English sports discourse. The study subject includes online comments of sports fans on the final match of the 2014 IIHF Ice Hockey World Championship.

Keywords: sports discourse, institutional discourse, sports comment, emotion of contempt, emotion of confusion, emotion of pride, sports fan.

В последние десятилетия наблюдается повышенный интерес ученых-лингвистов к изучению дискурса. Это можно объяснить тем, что данное понятие расширяет когнитивные возможности не только филологов, но и ученых из других сфер гуманитарного знания: социологов, психологов, историков и др.

В этой связи существует множество теоретических подходов к пониманию дискурса и, как следствие, множество определений. Один таких подходов можно обозначить как социально-прагматический. В рамках данного подхода выделяется понятие институционального дискурса, в центре внимания которого, согласно исследованиям Б. А. Зильберт, оказываются типы языковых личностей, действующие в рамках определенных обстоятельств и условий общения [1]. Такими обстоятельствами могут быть количество общающихся, окружающая обстановка, наличие обратной связи в общении, информативность сообщения, эмоции участников дискурса. В. И. Карасик подчеркивает, что институциональный дискурс представляет общение в заданных рамках статусно-ролевых отношений. Основными участниками институционального дискурса являются представители института (агенты) и люди, обращающиеся к ним (клиенты) [2].

Как утверждает Э. Г. Никитина, спортивный дискурс является одним из видов институционального дискурса [3]. По ее словам, в спортивном дискурсе клиентами являются

люди, время от времени обращающиеся к институту спорта с целью получения каких-либо выгод, например, политики, ученые, медики, рекламодатели, педагоги, родители молодых спортсменов, сами начинающие любители спорта и т.д. Агенты спортивного дискурса представляют группы с разветвленной специализацией и системой иерархии ее членов. Разветвленной специализацией основной группы участников (спортсмен – тренер – судья) является наличие большого количества различных видов спорта. Специализация представлена зимними и летними видами спорта, личными и командными. Важнейшими участниками спортивного дискурса являются болельщики – люди, включенные в спортивную жизнь в качестве особых соучастников соревнований.

Б. А. Зильберт отмечает, что институциональные дискурсы часто пересекаются и накладываются друг на друга. В силу «открытости» спортивного дискурса для него это особенно характерно. В этой связи особое внимание обращается на сращение спортивного и масс-медийного дискурсов, поскольку каналы массовой коммуникации являются основными каналами распространения спортивного дискурса. В спортивном дискурсе масс-медиа «агентом» выступает представитель института массовой информации (газеты, ради, ТВ), журналист, являющийся в то же время посредником между институтом спорта (в рамках которого происходят все спортивные события) и массовой анонимной рассредоточенной аудиторией «клиентов». Коммуникация носит односторонний характер, выраженная обратная связь отсутствует. Такая коммуникация называется ретивальной. Кроме того, на телевидении преобладает структурный способ представления информации, называемый в общей теории информации «фенестративным», когда одновременно передаются зрительный ряд, звучащий вербальный текст, музыка т.е. знаки разной семиотической природы [1].

В связи со сращением спортивного дискурса и дискурса масс-медиа К. В. Снятков подразделяет спортивный дискурс на телевизионную, газетно-журнальную, радио, интернет разновидности. Эти виды обладают общностью черт. Автор относит к ним:

- ментальную основу;
- неизоллированность в общем дискурсивном пространстве;
- пресуппозиционную основу.

Исследователь подчеркивает, что «ментальная основа» дискурса – это совокупность разноуровневых когнитивных структур, в которых зафиксированы знания о явлениях внешнего мира и особенностях речевой репрезентации этих знаний [5].

Под «неизоллированностью в общем дискурсивном пространстве» Э. Г. Никитина понимает контакты спортивного дискурса с другими разновидностями дискурса. Кроме того, исследователь подчеркивает то, что спортивный дискурс основан на пресуппозиции, т.е. на

некотором ряде предположений, допускаемых говорящим относительно того, что адресат склонен принять на веру, то есть без возражений [3].

Б. А. Зильберт выделяет пересечение спортивного дискурса с научным, педагогическим, деловым, юридическим, политическим, военным, театральнo-сценическим институциональными дискурсами. Так, по его мнению, спортивный дискурс пересекается с научным дискурсом в сфере научной литературы по проблемам спорта и физической культуры: физиология спорта, проблемы технической и психологической подготовки спортсменов, история спортивно-физкультурного движения и др.

Следует отметить, что спортивный дискурс сближается с политическим и военным дискурсами. С политическим дискурсом спортивный дискурс объединяет момент состязательности. Основу политического дискурса составляет непрекращающийся диалог-поединок между «партией власти» и оппозицией, в котором противники время от времени нападают друг на друга, держат оборону, отражают удары и переходят в наступление. С уверенностью можно сказать, что в нашем сознании существует единое когнитивное пространство, объединяющее многие черты спортивного, политического и военного дискурсов. Общее когнитивное поле этих трех дискурсов включает такие элементы как, наличие противника, борьба соперников, этика поединка, правовые нормы (регламент и правила), стратегия и тактика борьбы, победа, поражение, триумф победителя, приз/выигрыш/ боевые награды. Язык комментариёв, по поводу спортивного события изобилует военной лексикой, метафорами и фразеологией.

Но не стоит утверждать, что спортивный дискурс синонимичен вышеописанным видам дискурса. Из описанных выше видов дискурса, только спортивный направлен на получение удовольствия, т.е. имеет гедонистические функции и функции эстетического воздействия. Спортивный дискурс увязывается с бытовым, а именно – с эмоциональным и интеллектуальным праздноречевым общением, в процессе которого участники обмениваются информацией, комментируют или оценивают эту информацию, совершенствуют свое умение ориентироваться в спортивной жизни и предвидеть ход спортивных событий.

Кроме того, Б. А. Зильберт и К. В. Снятков, выделяют пересечение спортивного дискурса с театральнo-сценическим, объясняя театральность спортивного дискурса тем, что один из участников общения – клиент, представляет собой массовую аудиторию (читатели, слушатели, зрители) ощущает себя не только в роли непосредственного адресата, но и наблюдателя, который воспринимает спортивные события как некий разыгрываемый для него спектакль с захватывающим сюжетом [1; 5]. Таким образом, спортивный дискурс транслирует смыслы, определяющие спортивную деятельность.

Как уже упоминалось выше, активными участниками спортивного дискурса являются люди, увлеченные спортом – болельщики. Их суждения по поводу спортивных событий отличаются эмоциональностью. Поскольку эмоциональная составляющая спортивного дискурса является малоизученной областью лингвистической науки [7], нами было проведено исследование, направленное на изучение особенностей экспликации эмоционального состояния болельщиков в спортивном комментарии, как одном из текстов спортивного дискурса. В задачи исследования входило:

1. Выявление уровня эмоциональной насыщенности спортивного дискурса;
2. Определение репертуара эмоций, встречающихся в спортивном дискурсе;
3. Анализ эмоций по знаку и частоте встречаемости.

В ходе исследования было проанализировано 50 единиц англоязычных комментариев, оставленных болельщиками на интернет-портале YouTube после просмотра видеозаписи финала Чемпионата мира по хоккею с шайбой 2014 г. между сборными командами России и Финляндии. Запись и комментарии к ней размещены по адресу: http://www.youtube.com/watch?v=00aHwpZ_fTI. Тексты комментариев были предоставлены экспертам для оценки содержащихся в них эмоций [6]. В качестве экспертов выступили преподаватели кафедры психологии ФГБОУ ВПО «МГУ им. Н. П. Огарёва» и школьные психологи г. Саранска. В ходе анализа было установлено, что во многих комментариях транслировалось одновременно несколько эмоций. Например, в комментарии «Sweet Victory...and btw.: fuck you Obama and Merkel» были выявлены две эмоции: радость и презрение. Результаты проведенной экспертной оценки представлены в Таблице 1.

Таблица 1.

Частота эмоций в текстах спортивных интернет-форумов

Эмоция	Абсолютное значение	Среднее значение	%	Знак
1. агрессия	2	0,04	2,17	-
2. возмущение	11	0,22	11,96	-
3. восхищение	3	0,06	3,26	+
4. гнев	2	0,04	2,17	-
5. гордость	9	0,18	9,78	+

Продолжение Таблицы 1.

6. досада	1	0,02	1,09	-
7. зависть	1	0,02	1,09	-
8. злорадство	3	0,06	3,26	-
9. злость	4	0,08	4,35	-
10. ирония	2	0,04	2,17	-
11. ликование	1	0,02	1,09	+
12. насмешка	1	0,02	1,09	-
13. негодование	4	0,08	4,35	-
14. недовольство	2	0,04	2,17	-
15. недоумение	9	0,18	9,78	-
16. антипатия	1	0,02	1,09	-
17. ненависть	4	0,08	4,35	-
18. поучения	1	0,02	1,09	-
19. превосходство	2	0,04	2,17	+
20. презрение	14	0,28	15,22	-
21. радость	4	0,1	4,35	+
22. сдержанность	1	0,02	1,09	+
23. скепсис	1	0,02	1,09	-
24. сожаление	3	0,06	3,26	-
25. сомнение	1	0,02	1,09	-
26. уверенность	1	0,02	1,09	+
27. удовлетворение	1	0,02	1,09	+
28. благодарность	1	0,02	1,09	+
29. чувство оправдания	1	0,02	1,09	-
30. правота	1	0,02	1,09	+
ВСЕГО	92	1,84	100	

Таким образом, всего в анализируемых текстовых сообщениях экспертами было выделено 92 эмоции, что в среднем составляет 1,84 эмоции в одном сообщении. Это говорит о том, что спортивный дискурс выполняет функцию регуляции эмоционального состояния человека. Именно это и заставляет болельщиков обращаться к комментированию спортивных событий. Большинство сообщений содержат несколько противоположных эмоций. Многие эмоции повторяются в различных сообщениях. Следовательно, номенклатура эмоций, представленная в описанных сообщениях, составляет 30 единиц. Это говорит о том, что эмоции болельщиков не отличаются большим разнообразием. Особенно если учесть тот факт, что в исследованиях психологов выделяется около 200 эмоций, имеющих название [4].

Результаты исследования показали, в спортивном англоязычном интернет-дискурсе наиболее часто встречается эмоция презрения. Например, в сообщении «Someone had to make a video with slow motions and shit for you blind ruskies so you can have another look at the "penalties" since you apparently missed them completely on the actual live game» эксперты распознают именно эту эмоцию. Она повторяется 14 раз, что составляет 15,05% от общего количества проанализированных эмоций.

Следующей по популярности является эмоция возмущения. Например, в комментарии «Or the referees just whistled every time Russian player felled on to his butt». Всего эта эмоция встречается 11 раз, что составляет 11,83% от общего количества проанализированных эмоций.

Далее по 9 раз встречаются эмоции недоумения и гордости. Например, в сообщениях: «Your comment makes no sense. How? Well you lost the quarterfinal against Finland so that's kinda the case! Frankly you got wrecked», и «Russia had better team on the Olympics. One reason why they were so overpower in this ИИHF tournament is that, every other country had shitty team. Canada the Olympic winner didn't even get to top 4. Sweden won Bronze. Sweden is first in the ИИHF ranking. Example Finland had 17 "rookies" and 2 NHL players. Haula who's jaw were broken by Malkin. And Pekka Rinne the best goalkeeper in the tournament. Olympics Finland had, if i remember right, only 1 rookie» экспертами распознаются эмоции недоумения и гордости соответственно. Эти эмоции встречаются в 9,68% сообщений.

Вышеперечисленные эмоции являются наиболее часто употребляемыми и встречаются почти в половине проанализированных спортивных комментариев (46,74%). Количественное соотношение данных эмоций представлено на рисунке 1.

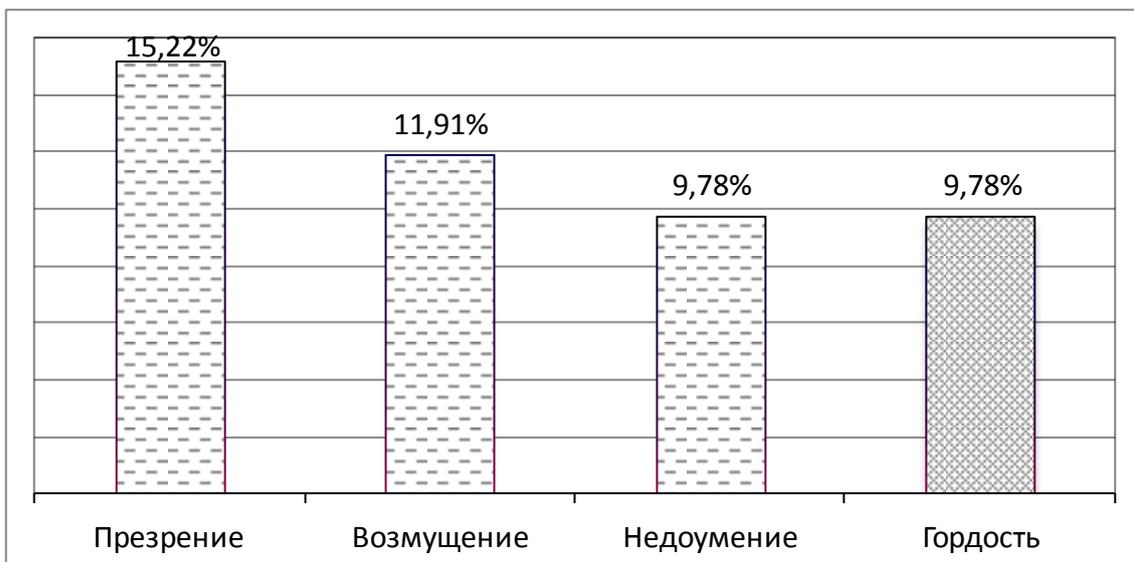


Рис. 1. Соотношение доминирующих эмоций.

На следующем этапе исследования эмоции были разделены по знаку на положительные и отрицательные. Например, эмоция радости была отнесена к положительным эмоциям, а эмоция гнева – к отрицательным. Анализ полученных результатов показывает, что в общем массиве положительные эмоции составляют всего 24 единицы (26,09%), в остальных комментариях встречаются отрицательные эмоции – 68 единиц (73,91%). Показательным является тот факт, что три из четырех наиболее часто представленных эмоций (презрение, возмущение, недоумение) являются отрицательными. Соотношение эмоций по знаку представлено на рисунке 2.

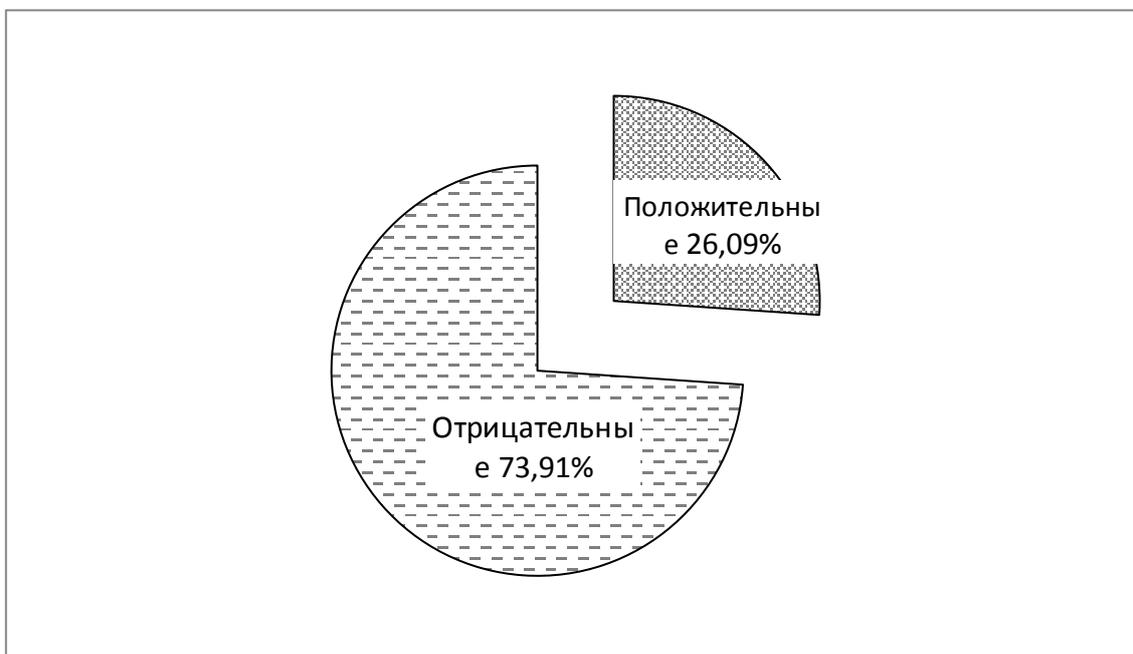


Рис. 2. Соотношение эмоций по знаку.

Таким образом анализ показал, что англоязычный спортивный дискурс является чрезвычайно эмоциогенным, так как в среднем на каждое исследованное текстовое сообщение приходится около двух ярко выраженных эмоций. В частности, в массиве из 50 текстовых комментариев болельщиков, размещенных в сети Интернет, экспертами выделено 30 видов эмоций, которые встречаются с неодинаковой частотой. В этой связи к наиболее популярным относятся следующие виды эмоций: презрение (15,22%), возмущение (11,96%), недоумение и гордость (по 9,78% соответственно). Большая часть эмоций (около 75%) является отрицательной по знаку.

ЛИТЕРАТУРА

1. Зильберт Б. А. Спортивный дискурс: базовые понятия и категории; исследовательские задачи // Язык, сознание, коммуникация. – 2001. – № 17. – С. 45–55.
2. Карасик В. И. О категориях дискурса [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://homepages.tversu.ru/~ips/JubKaras.html>.
3. Никитина Э. Г. Особенности спортивного дискурса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tl-ic.kursksu.ru/pdf/007-16.pdf>.
4. Романов К. М. Этнические особенности эмоциональной культуры человека // Актуальные проблемы психологии развития личности: сб. науч. ст. / науч. ред. Л. М. Даукша, К. В. Карпинский. – Гродно: ГрГУ им. Я. Купалы, 2014. – С. 293–305.
5. Снятков К. В. Коммуникативно-прагматические характеристики телевизионного спортивного дискурса: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Вологда, 2008. – 24 с.
6. Финал чемпионата мира по хоккею [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.youtube.com/watch?v=00aHwpZ_fTI.
7. Цыбина Л. В. Языковые и неязыковые средства актуализации эмоции «гнев» в кинематографическом дискурсе (гендерный аспект): автореф. дис. ... канд филол. наук. – Саранск, 2005. – 19 с.