

**ЭМОТИВНОСТЬ СПОРТИВНОГО РЕПОРТАЖА КАК СПОСОБ
ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ТЕЛЕЗРИТЕЛЯ**
**EMOTIVENESS OF THE SPORT REPORT AS A WAY OF AFFECTING
THE AUDIENCE**

Аннотация: В данной статье на примере спортивных репортажей рассматривается такой способ воздействия на телезрителя как эмотивность. Автор раскрывает особенности взаимодействия с аудиторией, а также языковую специфику спортивного репортажа.

Ключевые слова: коммуникативная задача; эмоциональность; подача информации.

Abstract: In this article, the example of sports reporting is considered a way to impact on the viewer as a emotiveness. The author reveals the peculiarities of interaction with the audience, and linguistic specificity of sports reporting.

Keywords: communicative task; emotionality; presentation of information.

Популяризация спорта приобретает всё большее значение в современной жизни общества не только в связи с проведением XXII Зимних Олимпийских игр 2014 в Сочи, но и в связи с развитием средств массовой информации. Передача информации непосредственно с места событий представляет собой уникальную возможность просмотра лыжной гонки или футбольного матча не выходя из дома, в прямом эфире.

При этом телезритель полностью погружается в атмосферу спортивного состязания и испытывает весь спектр эмоций, словно он вживую наблюдает за происходящим. Данный эффект присутствия достигается за счёт множества факторов, их которых наиболее важным является работа спортивного комментатора. Стиль и форма подачи информации во время репортажа со спортивного состязания полностью увлекают телезрителя, воздействуют на его психику и манипулируют его поведением.

Взаимодействие с аудиторией в пределах спортивного репортажа осложнено повышенной эмоциональностью восприятия, свойственной институту спорта, явно выраженными симпатиями и антипатиями аудитории и часто хорошей осведомленностью зрителей о событиях, происходящих в мире спорта. При этом эмоциональность характерна не только для зрителя, но и для самого спортивного комментатора, которому в свою очередь сложнее контролировать свои эмоции за счёт необходимости объективной оценки всех участников и невозможности выражения антипатии напрямую. Задача успешной коммуникации комментатора

с телезрителем осложняется тем, что построение речи говорящего происходит в режиме реального времени в соответствии с реакцией на происходящие события. Но несмотря на то, что речь спортивного комментатора зачастую спонтанна и неподготовлена, речевое пространство в спортивном репортаже характеризуется обилием средств стилистической и лексической выразительности.

Установление контакта с аудиторией является основной коммуникативной задачей спортивного комментатора. Воздействие на эмоции телезрителя не является первостепенной целью, но указывает на мастерство комментатора. Несмотря на то что телезритель не видит ведущего репортаж, а только слышит его голос, второй тем не менее использует не только лингвистические, но и паралингвистические средства общения, к которым относятся тембр речи, её темп, громкость. Конечно, не только фонационные паралингвистические средства задействованы в речи спортивного комментатора, кинетические (жесты, поза и мимика) также присутствуют, но не могут повлиять на эмоции телезрителя, который их просто не видит. Именно поэтому основное воздействие на телезрителя оказывает выразительность речи и речевое творчество. Отметим, что для любого репортажа – телевизионного и радиального – характерен газетно-публицистический, а зачастую и разговорно-обиходный стиль.

Для более эмоционального воздействия на аудиторию комментаторы нередко обращаются к иронии, используют повторы и инверсию. Для привлечения внимания к наиболее важным и интересным моментам игры используются побудительные предложения. Вопросительные высказывания привлекают внимание зрителей и зачастую создают иллюзию непосредственного общения с ними. *«Неужели сегодня Россия впервые за 50 лет останется без биатлонного золота?»* – будто спрашивает у зрителя Дмитрий Губерниев, комментируя смешанную эстафету по биатлону.

В комментарии уместны как эмоциональность, яркие эпитеты, так и собственная оценка событий. Так, комментируя мужскую эстафету по биатлону от 22.02.2014 Дмитрий Губерниев в начале репортажа сравнивает нашу команду с «мощным кулаком, боеспособной единицей», а в конце гонки называет Антона Шипулина «гением земли русской». Нередко в поисках подходящего эпитета комментатор находит нечто, что может вызвать улыбку у телезрителя. Это происходит не только из-за богатой фантазии комментатора, но и из-за экстремальных условий, в которых эти слова подбираются. При комментировании футбольного матча «Милан» – «Ювентус» в 2012 году Григорий Черданцев в порыве эмоций выкрикивает: *«Поддача на ближний удар! Буффонище! Чудовищный Буффонище! Не сумел с двух раз выручить свою команду и я сейчас убегу из комментаторской, потому что это невозможно комментировать!»* Данный комментарий изобилует различными приёмами. Так, здесь используются побудительные предложения, эпитет и гипербола. Изменение в ироничной форме фамилии выдающегося итальянского футболиста Джанлуиджи Буффона Масокко указывает на недовольство игрой и показывает собственное отношение комментатора.

Для того чтобы убедить аудиторию, спортивному комментатору нужно всегда ставить себя в положение слушателя. Во многих ситуациях спортивный ком-

ментатор становится собеседником телезрителя, который в порыве эмоций может вслух соглашаться с ним, отвечать на его вопросы и даже оспаривать его точку зрения. Данный приём поможет не только сблизиться с телезрителем, но и понять, что он хотел бы услышать. Так, комментатору нужно быть не только актёром, но и тонким психологом. Специфика зрительского восприятия в институте спорта характеризуется явным противопоставлением «своих» и «чужих», причем зритель отождествляет себя со «своей» командой. Этим обусловлено употребление таких местоимений, как «мы», «наш», а также использование уменьшительно-ласкательных имён для «своих». Так, знаменитую российскую биатлонистку Ольгу Зайцеву ласково прозвали «*Зайкой вся Руси*», данное имя фигурирует не только в спортивных репортажах, но и в новостных.

По мнению Виктора Гусева, главная задача спортивного комментатора – это сделать так, чтобы каждый телезритель, и даже тот, кто сидит у маленького телевизора с плохим изображением, чувствовал себя так, как будто он находится в самой лучшей ложе на стадионе [2, с. 154]. Комментатор – это человек, создающий настроение, способный рассмешить или расстроить телезрителя, подбодрить и увлечь его. Манера речи спортивного комментатора влияет на общее впечатление от восприятия спортивного репортажа. Энтузиазм, эмоциональность и заинтересованность способствуют формированию положительного восприятия такой социально-значимой сферы, как спорт.

Библиографический список

1. Десюк, Д. В. Языковая специфика спортивного телетекста / Д. В. Десюк // Лингвистика и межкультурная коммуникация Вестник Московского Университета, 2010. – №4.
2. Казанов, Г. Очерки истории советского радиовещания и телевидения: учебное пособие / Г. Казанов. – М. : Мысль, 1972. – 334 с.
3. Сомова, А. Е. Средства адресованности в жанре спортивного телерепортажа : дис. ... кандидата филол. наук / А. Е. Сомова. – М., 2012. – 234 с.