

ФИЛОЛОГИЯ

(шифр научной специальности: 5.9.8)

Научная статья
УДК 811.134.2
doi: 10.18522/2070-1403-2024-104-3-86-90

ИНДИКАТОРЫ РЕЧЕВЫХ ТАКТИК ЖУРНАЛИСТА НА ФУТБОЛЬНОЙ ПРЕСС-КОНФЕРЕНЦИИ (НА МАТЕРИАЛЕ ИСПАНСКОГО ЯЗЫКА)

© *Дмитрий Юрьевич Гулинов¹, Елена Вадимовна Закирова²*

^{1,2}*Волгоградский государственный социально-педагогический университет, г. Волгоград, Россия*

¹*satellite74@yandex.ru* ²*milok-fomka@mail.ru*

Аннотация. Анализируются индикаторы речевых тактик футбольных журналистов на пресс-конференции на различных уровнях языка. Рассматриваются лексические, грамматические, сематические и прагматические единицы, используемые испаноязычными футбольными журналистами для реализации определенной тактики. К лексическим индикаторам тактик относятся: использование глаголов волеизъявления и целеполагания, заминки, стилистические тропы и эмоционально-окрашенные слова. Грамматическими индикаторами тактик выступают повторение, эллипсис, нарушение порядка слов. Определяются такие семантические индикаторы тактик, как референция, клише, имплицитные компоненты. В качестве прагматических индикаторов тактик рассматриваются провокационные вопросы, сарказм, отсылка на предыдущие интервью.

Ключевые слова: футбольная пресс-конференция, речевое воздействие, тактика, лексические единицы, грамматические единицы, семантические единицы, прагматические единицы.

Для цитирования: Гулинов Д.Ю., Закирова Е.В. Индикаторы речевых тактик журналиста на футбольной пресс-конференции (на материале испанского языка) // Гуманитарные и социальные науки. 2024. Т. 104. № 3. С. 86-90. doi: 10.18522/2070-1403-2024-104-3-86-90

PHILOLOGY

(specialty: 5.9.8)

Original article

Indicators of speech tactics of a journalist at a football press conference (based on Spanish language)

© *Dmitry Yu. Gulinov¹, Elena V. Zakirova²*

^{1,2}*Volgograd State Socio-Pedagogical University, Volgograd, Russian Federation*

¹*satellite74@yandex.ru* ²*milok-fomka@mail.ru*

Abstract. We analyze indicators of speech tactics of football journalists at a press conference at various levels of language. The lexical, grammatical, semantic and pragmatic units which are used by Spanish-speaking football journalists to implement certain tactics are considered. Lexical indicators of tactics include the use of verbs of will and goal-setting, hesitations, stylistic tropes and emotionally charged words. Grammatical indicators of tactics are repetition, ellipsis, and violation of word order. Such semantic indicators of tactics as reference, cliches, and implicit components are determined. Provocative questions, sarcasm, and references to previous interviews are considered as pragmatic indicators of tactics.

Key words: football press conference, speech influence, tactics, lexical units, grammatical units, semantic units, pragmatic units.

For citation: Gulinov D.Yu., Zakirova E.V. Indicators of speech tactics of a journalist at a football press conference (based on Spanish language). *The Humanities and Social Sciences*. 2024. Vol. 104. No 3. P. 86-90. doi: 10.18522/2070-1403-2024-104-3-86-90

Введение

Речевая коммуникация в пространстве СМИ характеризуется обширным спектром тактик журналистов и языковых средств, используемых ими в зависимости от ситуации общения. Так, одним из жанров СМИ является пресс-конференция, которая представ-

ляет собой встречу официальных лиц (в нашем случае тренеров, игроков футбольных клубов) с представителями прессы, телевидения, радио с целью информирования общественности по актуальным вопросам футбольного мира.

Актуальность работы заключается в том, что жанры футбольного испаноязычного СМИ обладают большой популярностью в футбольном информационном пространстве, их количество увеличивается, изменяется формат и особенности данных жанров, тактики и стратегии журналистов не раскрываются в полной мере, что определяет интерес исследователей к их изучению.

Цель настоящего исследования заключается в проведении анализа языковых единиц, которые выступают индикаторами определенных тактик в речи футбольных испаноязычных журналистов.

Обсуждение

При рассмотрении высказываний журналистов на пресс-конференции выявляется определенная закономерность употребления семантических, лексических, синтаксических и прагматических языковых средств, что позволяет отнести их к языковым индикаторам определенных тактик, используемым футбольными журналистами во время их взаимодействия с участниками пресс-конференции. Тактики оказывают определенное речевое воздействие, под которым понимают «речевое общение, взятое в аспекте его целенаправленности, мотивационной обусловленности, планируемой эффективности» [2, с. 115].

В своем исследовании мы опираемся на классификацию О.С. Иссерс, которая выделяет 4 типа индикаторов речевых тактик: семантические, лексические, грамматические, прагматические [1]. При анализе основных семантических языковых индикаторов коммуникативных тактик можно выделить следующие, как наиболее частотные:

1. Референция.

Обозначение участников коммуникации является обязательным элементом референции на пресс-конференции. Журналисты называют свое имя и источник СМИ, от лица которого они задают вопросы, например: *Aquí Victorio Calero en directo para Real Madrid televisión (Здесь Викторио Калеро в прямом эфире для телевидения Real Madrid), Hola, mister, buenas tardes, Miguel Angel Diaz en directo en Deportes Core (Здравствуйте, мистер, добрый день, Мигель Анхель Диас в прямом эфире на Deportes Core) (здесь и далее перевод наш – Д.Г., Е.З.)*. Данная тактика отвечает за обозначение участников коммуникации.

2. Использование семантических клише.

Перед тем, как задать вопрос, журналисты часто используют такие клише, как поздравление интервьюируемого с определенными событиями или праздниками: *Enhorabuena por la renovación en su primera competencia, después de esta renovación hasta el año 2026... (Поздравляю с продлением контракта в вашем первом матче турнира этого года, после этого продления до 2026 года...); Feliz Año, Carlo... (С Новым Годом, Карло...), Feliz Día de Reyes... (С Днем Королей...)* [4; 5]. Подобным образом журналист располагает собеседника к диалогу.

3. Имплицитные компоненты.

Для экономии времени своего высказывания и формулирования вопроса в наиболее краткой форме журналисты опускают общеизвестные факты о карьере футболистов или произошедших событиях, опираясь на осведомленность своего окружения. Так, в следующем примере журналист говорит о восстановлении футболистов после травм, но не упоминает о том, в каком матче они получили повреждение и как давно, что говорит об общеизвестной информации, которую нет необходимости повторять: *Quería preguntarle como van la recuperaciones de Mendi y Camavinga, mañana ya ha dicho que van a ir convocados... (Я хотел у вас спросить, как проходит восстановление Менди и Камаванги, вы уже сказали, что завтра их вызовут)* [4].

4. Пресуппозиция.

Пресуппозиции как индикаторы речевых тактик журналистов во время интервью встречаются довольно часто, так как знания о различных фактах окружающей действительности представляют собой основу для большинства вопросов. Например, в одном из интервью

журналист упоминает об отмечаемом в Испании празднике волхвов, имеющем определенную национальную специфику. Знание национальных традиций во многом определяет взаимопонимание журналиста и интервьюируемого во время пресс-конференции. Так, один из вопросов испанского журналиста, адресованный итальянскому тренеру, содержал аллюзию на упомянутый выше праздник: *Está aprovechando que vienen los Reyes Magos, no sé si le va a pedir usted fichaje a los Reyes para que lleguen al equipo?* (Вы пользуетесь тем моментом, что приезжают «Три волхва». Я не знаю, собираетесь ли вы попросить их подписать контракт, чтобы они могли присоединиться к команде?) [5].

При анализе лексических языковых индикаторов коммуникативных тактик можно выделить следующие, как наиболее частотные:

1. Использование глаголов волеизъявления и целеполагания.

Журналисты прибегают к использованию глаголов волеизъявления, которые позволяют интервьюеру расположить к себе собеседника и выразить свое желание задать вопрос. Глаголы целеполагания дают возможность выразить свое мнение, данные слова являются вступлением в речи журналиста и звучат перед основным вопросом, например: *Creo que me ha pisado un poco la pregunta...* (Я думаю, что уже затронули мой вопрос...); *Yo me quiero centrar en Pepelu...* (Я хочу сосредоточиться на Пенелу...); *...insisto si para usted eso tiene mas valor ...* (Я настаиваю, для вас более важно). [3; 4; 5].

2. Заминки.

В некоторых случаях журналисты не готовы четко сформулировать свой вопрос, возможно, в связи с неподготовленностью к интервью, и пытаются сформулировать вопрос на ходу: *No se con que te quedas de... o que es lo que mas ...te quedas de...de la temporada de lo que esta haciendo?* (Я не знаю, на чем вы в итоге остановились... или что больше всего... вы остановились на сезоне или на том, что он делает?) [4]. Заминки ставят журналиста в неловкое положение, а интервьюируемый в некоторых случаях не может понять, о чем его спрашивают.

3. Стилистические тропы и эмоционально окрашенные слова.

Чтобы сделать речь более эмоциональной, журналисты прибегают к использованию метафор: *...fuego cruzado entre el Real Madrid y el Barcelona* (...между «Реалом» и «Барселоной» произошел перекрестный огонь); *...este carrusel contra uno de grandes rivales como se lo toma el entrenador del Real Madrid?* (Как тренер «Реала» отнесется к этой карусели против одного из своих великих соперников?) [7].

К эмоционально окрашенным словам, используемым журналистами, можно также отнести гиперболу: *...manana comienza la super copa de Esapana, lo hace demas con un partidazo ante el atletico de Madrid, cuanto os motiva esta competicion?* (Завтра стартует Суперкубок Испании, он является уникальным из-за суперматча против «Атлетико Мадрид». Насколько вас мотивирует этот поединок?) [5].

Отметим следующие грамматические индикаторы тактик футбольных журналистов:

1. Повторы.

Журналисты используют повторы для акцентирования внимания на том или ином аспекте беседы: *El otro día jugaron por tercera vez en el Bernabeu con el techo cerrado, como cambia eso desde abajo? Se nota alguna diferencia en el ambiente, en el sonido? Cómo se ve desde abajo con el techo cerrado?* (На днях они в третий раз играли на «Бернабеу» с закрытой крышей, как это ощущается снизу? Замечаете ли вы какую-нибудь разницу в окружении, в звуке? Как это выглядит снизу с закрытой крышей?) [4].

2. Эллипсис.

Эллипсис также используется для акцентирования внимания на определенном факте, при этом допускается опущение некоторой части предложения: *Hola Mister, Feliz Año Nuevo, mañana primer partido del año ante un exigente Mallorca...* (Привет, мистер, с Новым годом, завтра первая игра в году против требовательной Майорки) [4]. Опу-

шение глагола является особенностью неформальной разговорной речи, позволяющее журналисту перейти на менее официальный тон в общении.

Прагматические показатели играют важную роль в описании тактик журналистов. К ним мы относим:

1. Провокационные вопросы.

Примером подобного типа вопроса выступает вопрос об игроке Мбапе, который может перейти в скором времени в другой клуб, однако эта тема умалчивается: *...El año 2024 puede ser el año de Mbappe y el Real Madrid? (Может ли 2024 год стать годом Мбанне и «Реала»?)*. Тренер футбольной команды «Реал» (Мадрид) Карло Анчелотти деликатно отказывается отвечать на данный вопрос: *No voy a tocar este tema (Я не буду затрагивать эту тему)* [6].

2. Отсылка на предыдущие интервью.

Повтор слов интервьюируемого является тактикой журналиста, который хочет напомнить о предыдущем высказывании своего собеседника, поставить под сомнение его истинность: *Usted siempre ha dicho que el Madrid era su primera opción pero desde Brasil siempre llegaron rumores incluso el presidente dijo publicamente que serías el seleccionador en la Copa America en algún momento ha existido algo con Brasil o...? (Вы всегда говорили, что Мадрид – ваш первый вариант, но слухи всегда приходили из Бразилии, даже президент публично заявил, что вы будете тренером на Кубке Америки. В какой-то момент было что-то с Бразилией или...?)* [5].

Выводы

Таким образом, к семантическим индикаторам коммуникативных тактик испаноязычного журналиста на пресс-конференции мы относим референцию, отвечающую за обозначение участников коммуникации, клише, с помощью которых журналист располагает к себе собеседника, имплицитные языковые компоненты, позволяющие экономить время в условиях его жесткого лимита без лишних повествований, а также пресуппозицию, акцентирующую внимание на фактах футбольного мира.

В качестве лексических маркеров тактик футбольных журналистов выступают глаголы волеизъявления и целеполагания, выполняющие функцию вступления в речи и определения намерения его высказывания, заминки, создающие помехи в ходе пресс-конференции, стилистические тропы и эмоционально окрашенные слова, оказывающие эмоциональное влияние на интервьюируемого. Грамматическими индикаторами тактик в нашем исследовании служат повторы, подчеркивающие важные аспекты высказывания журналиста, эллипсис, упрощающий речь и трансформирующий ее в более неформальное высказывание.

Прагматические индикаторы коммуникативных тактик включают провокационные вопросы, используемые для того, чтобы поставить собеседника в неловкое положение, а также отсылку на предыдущие интервью, заставляющую интервьюируемого усомниться в сказанных ранее словах. Речь журналистов богата языковыми средствами, используемыми для реализации определенных тактик, с помощью которых журналисты могут оказывать влияние на состояние и чувства участников пресс-конференции и получать необходимую им информацию.

Список источников

1. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Омск, 1999. 284 с.
2. Стернин И.А. Введение в речевое воздействие. Воронеж, 2001. 227 с.
3. Rueda de prensa de Manuel Pellegrini previa al AlavésRealBetis. – URL: https://vk.com/away.php?utf=1&to=https%3A%2F%2Fwww.youtube.com%2Flive%2FNKnjI2MOplQ%3Fsi%3DxNhCKhn8wf_8STh2 (дата обращения 03.01.2024).
4. Rueda de prensa de Ruben Baraja previa al FC Cartagena-Valencia CF de la Copa del Rey. – URL: https://vk.com/video81685201_456239627?list=a59b751248177f5500 (дата обращения 20.01.2024).

5. Rueda de prensa previa al partido de Copa del Rey Castellón Vs Osasuna. – URL: https://vk.com/video81685201_456239629?list=498fd3866e19d11d20 (дата обращения 05.01.2024).
6. Rueda de prensa de Ancelotti previa al partido frente al Arandina. – URL: https://vk.com/away.php?to=https%3A%2F%2Fwww.youtube.com%2Flive%2FvFrYp0Z44inLI%3Fsi%3DAP_NGu7tbe06i1hx&cc_key= (дата обращения 02.02.2024).
7. Rueda de prensa de Simeone previa al partido de Copa del Rey frente al Lugo. – URL: https://vk.com/away.php?to=https%3A%2F%2Fwww.youtube.com%2Flive%2FvFRK7ULvuA844%3Fsi%3Dc5QtLIJ6i6ZsSPKx&cc_key= (дата обращения 26.01.2024).

References

1. *Issers O.S.* Communicative strategies and tactics of Russian speech. Omsk, 1999. 284 p.
2. *Sternin I.A.* Introduction to speech influence. Voronezh, 2001. 227 p.
3. Rueda de prensa de Manuel Pellegrini previa al AlavésRealBetic. – URL: https://vk.com/away.php?utf=1&to=https%3A%2F%2Fwww.youtube.com%2Flive%2FvFNKnpjI2MOplQ%3Fsi%3DxNhCKhn8wf_8STh2 (accessed 03.01.2024).
4. Rueda de prensa de Ruben Baraja previa al FC Cartagena-Valencia CF de la Copa del Rey. – URL: https://vk.com/video81685201_456239627?list=a59b751248177f5500 (accessed 20.01.2024).
5. Rueda de prensa previa al partido de Copa del Rey Castellón Vs Osasuna. – URL: https://vk.com/video81685201_456239629?list=498fd3866e19d11d20 (accessed date 05.01.2024).
6. Rueda de prensa de Ancelotti previa al partido frente al Arandina. – URL: https://vk.com/away.php?to=https%3A%2F%2Fwww.youtube.com%2Flive%2FvFrYp0Z44inLI%3Fsi%3DAP_NGu7tbe06i1hx&cc_key= (accessed 02.02.2024).
7. Rueda de prensa de Simeone previa al partido de Copa del Rey frente al Lugo. – URL: https://vk.com/away.php?to=https%3A%2F%2Fwww.youtube.com%2Flive%2FvFRK7ULvuA844%3Fsi%3Dc5QtLIJ6i6ZsSPKx&cc_key= (accessed 26.01.2024).

Статья поступила в редакцию 12.03.2024; одобрена после рецензирования 30.03.2024; принята к публикации 30.03.2024.

The article was submitted 12.03.2024; approved after reviewing 30.03.2024; accepted for publication 30.03.2024.