

ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СПОРТИВНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ В ИСТОРИЧЕСКОЙ РЕТРОСПЕКТИВЕ



Люлевич И.Ю. – к.п.н,
доц., зав. кафедрой
филологии и спортивной
журналистики ФГБОУ ВПО
РГУФКСМиТ (ГЦОЛИФК)
irinl@mail.ru

Ключевые слова: советские средства массовой информации, социокультурный образ советского спорта, спортивная журналистика, манипуляция массовым сознанием, собирательный образ спортсмена, психолингвистические ориентиры текста, конструирование спортивного дискурса в СМИ.

Keywords: the Soviet mass media, sociocultural image of the Soviet sport, sports journalism, manipulation with mass consciousness, generalized character of the athlete, psycholinguistic reference points of the text, a sports discourse in mass media.

Резюме. В статье рассматриваются вопросы спортивного дискурса в СМИ советского периода, анализируются психолингвистические аспекты спортивной журналистики Советского Союза, а также образы спорта, которые СМИ формировали в массовом сознании: спорт как готовность к войне и защите родного государства, спорт как доказательство преимущества социалистического строя и т.д. Анализ механизмов формирования общественного мнения может стать основанием для позитивных программ развития спортивной журналистики.

Summary. In article are considered questions of sports discourse in mass media of the Soviet period, psycholinguistic aspects of sports journalism of the Soviet Union, and also images of sport which mass media formed in mass consciousness are analyzed: sport as readiness for war and protection of the native state, sport as proof of advantage of a socialist system, etc. The analysis of mechanisms of formation of public opinion can become the basis for positive programs of development of sports journalism.

Социальная реальность, представленная в СМИ, всегда является определенной версией объективной реальности, а символизация отражаемых в СМИ событий и их интерпретация производится при помощи самых разных инструментов, и на первом месте здесь, конечно, языковой инструментарий, то есть возможности языка и речевой деятельности [2].

Спорт как определённое социокультурное коммуникационное поле может быть представлен неким дискурсивным текстом, который включает в себя систему культурных кодов и символов, отражающих характер ценностных ориентаций, идеологических установок, моделей поведения, норм, интересов и идеалов общества [6].

Постигается данный дискурсивный текст через гипертекст, который создается следующим дискурсом, на этот раз сформированным и распространённым спортивными средствами

массовой информации. Именно через исследование дискурса спортивных СМИ становится понятным и трансформация самого феномена спорта, и его позиционирование в массовом сознании.

В современном информационном обществе спорт становится все более тесно связан с другими сферами жизни социума, его концепт наполняется все более сложным и структурированным содержанием, он выполняет все больше социальных, социокультурных, воспитательных функций, он нередко выступает инструментом политического воздействия, предвыборных технологий, средством формирования имиджа. Отражение спортивных событий в средствах массовой коммуникации, в текстах спортивной журналистики формируют в массовом сознании некие социокультурные образы самого конструкта «спорт». Эти социокультурные образы спорта формиру-

ются в спортивной журналистике в зависимости от особенностей исторического этапа, на котором находится государство и общество. Когда мы анализируем психолингвистические особенности создания образов спорта в массовом сознании на определенном историческом этапе, когда мы выявляем механизмы трансформации образа спорта и в связи с этим изменения общественного мнения по отношению к ценностям спорта и физической культуры, то мы получаем некие научные основания для разработки позитивных программ развития спортивной журналистики, для построения неких этических принципов ее функционирования.

Психолингвистический анализ гипертекста спортивных СМИ позволяет выявить механизм формирования образа мира в спортивной сфере, а также прийти к выводу, что любые СМИ, в том числе и спортивные, скорее конструируют свою версию социальной реальности, нежели отражают объективную, как считает ряд исследователей [1,2].

Объективность в изображении реальности достигается комплексным путем, одним из условий которого является многообразие средств массовой информации в обществе, а другим, не менее важным, условием будет гражданская и социальная ответственность журналистики, свобода высказывания, с одной стороны, ответственность за сказанное – с другой.

В обществах, в которых у независимых СМИ возникают проблемы в процессе профессиональной деятельности, исследователи наблюдают, как массовая коммуникация становится механизмом манипуляции массовым сознанием, что ведет к дезинформации населения, формированию ложных мнений, и в результате к выбору ошибочных моделей поведения в социуме. И в этом смысле интересно исследовать дискурс спортивных СМИ советского периода истории нашей страны, когда советская спортивная журналистика была «частью общепролетарского партийного дела», связанного с формированием нового человека [3]. В первые десятилетия вся спортивная журналистика была направлена на привлечение населения к физической культуре, которая должна была сделать членов общества здоровыми тружениками на благо страны, а также сильными боеспособными воинами. В газетах и журналах печаталось огромное количество статей о разнообразных системах физической подготовки, множество интервью с публичными личностями, которые рассказывали, как физическая культура и массовый спорт помогли им в жизни, давались советы, рекомендации, пропагандировался зарождавшийся положительный опыт, критико-

вались те, кто чинил ему препятствия. В СССР, как грибы, появлялись спортивные секции – при школах, при вузах, втузах, рабфаках и пр., на производстве внедряется так называемая производственная гимнастика, молодежь активно привлекалась на стадионы – государству нужны были сильные и здоровые солдаты. Спортивная журналистика 20-40-х гг. практически не уделяет внимания репортажам и отчетам о соревнованиях, так как спортивные результаты не вносят значимого вклада в подготовку боеспособного населения; основное внимание уделяется пропаганде массового спорта. Особенно эти тенденции отчетливы в 30-е гг., когда в воздухе витает слово «война», и СМИ популяризируют среди населения в основном военно-прикладные виды спорта: парашютный спорт, стрельбу, лыжные гонки, плавание, спортивное многоборье и пр. Примечательно, что именно в эти годы выходят два фильма, которые формируют «образ советского спортсмена» в соответствии с идеологическими установками власти: «Вратарь» и «Первая перчатка». То, что советское руководство тех лет посчитало необходимым выделить средства на фильмы о спорте, учитывая не такое уж большое количество выпущенных фильмов вообще, говорит о том большом значении, которое придавалось физической культуре и массовому спорту как инструментам подготовки будущих солдат. Фильмы попутно решают и воспитательные задачи формирования коллективистского духа, с одновременной ликвидацией даже попыток стремления к индивидуальности и самореализации вне общности. В этих фильмах «звездность» показана как чуждое советскому обществу, буржуазное проявление индивидуализма, советский спортсмен ни в коем случае не должен был отрываться от коллектива. Напротив, должен был сливаться с командой и идентифицировать себя как часть от великого целого, которая без своего великого целого абсолютно не состоятельна (обязательная сцена, где герой понимает, что его достижения – это достижения всего коллектива, без которого он ничего бы не добился).

Не менее наглядно демонстрирует формирование определенного образа спорта и спортсменов (как воинов, призванных на своем участке фронта защищать завоевания молодой Советской республики) текст «Спортивного марша» И. Дунаевского и В. Лебедева-Кумача из кинофильма «Вратарь»:

Эй, вратарь, готовься к бою,
Часовым ты поставлен у ворот!
Ты представь, что за тобою
Полоса пограничная идет!

Спортивные соревнования как битва, которая идет на границе с чужой, вражеской территорией, именно так презентуют тогда немногие международные спортивные мероприятия журналисты в своих публикациях.

В припеве песни совершенно ясно определяется цель и вообще образ советского массового спорта:

Физкульт-ура!

Физкульт-ура-ура-ура! Будь готов,

Когда настанет час бить врагов,

От всех границ ты их отбивай!

Левый край! Правый край! Не зевай!

Спорт как готовность к войне, это основной образ спорта, который при помощи СМИ формируется в массовом сознании советских людей.

И только после победы во Второй мировой войне руководство Советского Союза задумывает использовать спорт в качестве идеологического оружия на международной арене. «В тоталитарном обществе, имеющем единственную господствующую политическую партию и осуществляющем тотальный контроль над всеми социальными институтами общества, спорт находится в сфере идеологических интересов власти и прямой зависимости от нее» [4, с.72]. Анализ спортивных публикаций советского периода тому свидетельство. Спортивные результаты становятся лишь подтверждением того, что советский народ с энтузиазмом выполняет распоряжения партии и правительства по формированию физической культуры населения.

Но одновременно результаты советских спортсменов на международных соревнованиях, особенно на олимпиадах, должны были продемонстрировать всему миру преимущество социализма перед капитализмом, укрепить авторитет великой державы. Спортивная журналистика, перед которой ставится новая задача, возвращает освещение Большого спорта. Спортивные журналисты создают образы советских спортсменов, стоящих на первой ступеньке пьедестала почета, триумфально машущих рукой на фоне государственного флага СССР, с белозубыми улыбками демонстрирующих золотые медали. Эти образы были очень схожи с образами «беззаботных» рабочих-передовиков с советских плакатов. Собираемый образ спортсмена, возникающий в изображении репортера, – один из общественных идеалов, моделирующих массовое поведение людей, и в данном случае он явно выглядел плакатно-идеализированно. В то же время психолингвистические ориентиры, которые формировали образ в массовом сознании, базировались на ряде архетипических

представлениях нашего бессознательного: золото, борьба, война, победа, покорение, завоевание, противостояние, риск – это понятия, часто используемые в заголовках и текстах публикаций о выступлении наших спортсменов. Победа всегда ассоциируется с подвигом во имя родины, с патриотизмом во время поединка с врагом. Благодаря подобному отбору лексики и синтаксических конструкций в подсознании читателей формируется образ спорта как борьбы за идеалы, иногда почти до смерти, создается образ спортивного поединка как военного подвига. В этом смысле конструирование спортивного дискурса на страницах СМИ отражает представления советского общества о месте и целях спортивной деятельности. Спорт как профессия, как преодоление себя, как демонстрация потрясающих способностей человеческого организма, наконец, как тяжелый повседневный труд чаще всего в журналистских текстах советского периода остается «за кадром».

Подобный дискурс вполне объясним. Советский подход к журналистике рассматривал СМИ, прежде всего, с точки зрения их места и роли как органов пропаганды. Надо сказать, что в этом плане пресса тех лет со своей задачей прекрасно справлялась и являлась ведущим рупором идей социалистического режима. И журналисты решали поставленные перед ними задачи, преподнося спортивные успехи советских атлетов на мировых аренах как торжество коммунистических идеалов и советского образа жизни. Они создавали воистину национальных героев, таких, как Лев Яшин, Валерий Брумель, Всеволод Бобров, Лидия Скобликова и пр.

Но доминирующее положение политической идеологии практически лишает средства массовой информации воздействовать на спортивную жизнь страны без обращения к государственным органам. Именно поэтому в каждой статье, рассказывающей о спортивных событиях, о героях советского спорта обязательна ссылка на соответствующие партийные и правительственные документы. В публикациях цитируются постановления ЦК КПСС, Совета министров СССР и ВЦСПС, слова В.И. Ленина о коммунистическом воспитании, Л.И. Брежнева о массовой физической культуре на XXVI съезде КПСС и т.д., и т.п. Властное повеление обладает большим зарядом идеологического воздействия – оно культивирует убежденность в величии и могуществе правителя или правительства, а кроме того, подчеркивает, что достижения советских спортсменов прямое следствие заботы партии и правительства о физической культуре населения.

Литература.

1. Блакар Р.М. Язык как инструмент социальной власти//Язык и моделирование социального взаимодействия. – М. Прогресс, 1987. – С. 88–125.
2. Дьякова Е.Г., Трахтенберг А.Д. Массовая коммуникация и проблема конструирования реальности: анализ основных теоретических подходов. – Екатеринбург: УрО РАН, 1999. – с.149
3. Люлевич И.Ю. Формирование имиджа физической культуры и спорта средствами спортивной журналистики // УН Международный научный конгресс «Современный олимпийский спорт и спорт для всех» Т.3 М.: ФиС, 2003. – С. 322-325
4. Люлевич Александр Александрович. Образ спорта в отечественных СМИ: социокультурный анализ : социокультурный анализ : Дис. ... канд. культурологических наук : 24.00.01 Москва, 2006.– 168 с.
5. Dijk T. A. van What is political discourse analysis? // Political linguistics / Ed. Jan Blommaert, Chris Bulcaen. Amsterdam, 1998.
6. Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. – М.: Издательская группа Прогресс, 1994. – 616 с.
7. Блакар Р.М. Язык как инструмент социальной власти//Язык и моделирование социального взаимодействия. – М. Прогресс, 1987. – С. 88–125.
8. Бримсон Д.: Облик футбольного насилия / Дуги Бримсон; (пер. с англ. А. Степанова). – СПб: Ред. Фин ТиЭ Амфора, 2005. – 302 с.
9. Быховская И.М. «Номо somatikos»: аксиология человеческого тела. – М.: Эдиториал УРСС, 2000. – 208 с.
10. Винокуров О. Между соперником и противником. [Электронный ресурс] : Отечественные записки. – 2006. – №6. – режим доступа: <http://www.strana-oz.ru/> – дата обращения: 1.08.2006
11. Гаджиев К. С. Политическая наука. – М. Сорос-Междунар. отношения, 1994. – 397 с.
12. Гейман А.М. Заметки зрителя об итогах Олимпиады в Афинах. [Электронный ресурс] : Журнал «Самиздат» – режим доступа: http://zhurnal.lib.ru/g/gejman_aleksandr_mihajlowich/olympic.shtml – дата обращения: 16.11.2004.
13. Голоцан Е. Спорт как война. Размышления по следам московского футбольного побоища. / Русский Журнал / Политика / www.russ.ru/politics/20020610-gol.html
14. Гуськов С.И. О некоторых тенденциях развития международного спортивного движения и российского спорта в XXI веке // Олимпийское движение и социальные процессы. Матер. VII Всеросс. научно-практич. конф. Сентябрь, 25-27, 1996. Часть I. – Краснодар, 1996. – с. 37-38
15. Гуськов С.И., Гуськов С.С. Телевидение и спорт – М.: Полиграф-сервис, 2000. – 336 с.
16. Дейк Т. ван Язык, познание, коммуникация/Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1989. – 308 с.
17. Дейк Т.А. ван. Расизм и язык / Пер. с англ. – М., 1989. – 76 с.
18. Деннис Э., Мерилл Д. Беседы о масс-медиа. – М.: Вагриус, 1997. – 384 с.
19. Егорова О. Фрау Лени. / Спецназ России. – № 10 (85). – 2003.