

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ МЕТАФОРЫ В СПОРТИВНОМ МЕДИАДИСКУРСЕ.....	6
1.1 Спортивный медиадискурс: системообразующие признаки и функциональные особенности.....	6
1.2 Сравнительная характеристика спортивной журналистики и спортивного блогинга как особых типов медиадискурса.....	12
1.3 Метафора как объект лингвистического изучения и инструмент экспрессивного миромоделирования.....	19
ГЛАВА 2 ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ МЕТАФОРЫ В СПОРТИВНОМ МЕДИАДИСКУРСЕ: СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ.....	28
2.1 Типология метафор в спортивном медиадискурсе (структурные, онтологические, ориентационные, концептуальные и др.).....	28
2.2 Методология отбора и анализа метафорических контекстов в англоязычной и русскоязычной спортивной журналистике и блогосфере.....	35
2.3 Функциональный потенциал метафоры в спортивном медиадискурсе: сопоставительный анализ на материале английского и русского языков.....	42
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	52
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	57

**(ОБРАЩАЕМ ВНИМАНИЕ, ЧТО НЕКОТОРЫЕ ФРАГМЕНТЫ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ ИЗВЛЕЧЕНЫ ИЗ ДАННОГО ДОКУМЕНТА)**

## ВВЕДЕНИЕ

Современная спортивная коммуникация представляет собой многогранное явление, где особую роль играют экспрессивные средства языка, среди которых метафора занимает одно из центральных мест. Спортивный медиадискурс, реализуемый как в традиционной журналистике, так и в динамично развивающейся блогосфере, характеризуется высокой степенью образности и эмоциональности, что обуславливает активное использование метафорических конструкций. Метафоризация в данной сфере выступает не только как стилистический прием, но и как когнитивный механизм, позволяющий осмыслить и интерпретировать спортивные события через призму других концептуальных областей. Особый интерес представляет сопоставительный анализ функционирования метафоры в англоязычном и русскоязычном спортивном медиадискурсе, поскольку он позволяет выявить как универсальные, так и национально-специфические особенности метафорического моделирования спортивной реальности.

Актуальность исследования определяется несколькими факторами. Во-первых, в условиях глобализации информационного пространства и трансформации медиасреды происходит существенное изменение форматов спортивной коммуникации, где наряду с традиционной журналистикой активно развивается спортивная блогосфера, формирующая новые речевые практики и стратегии воздействия на аудиторию. Метафора в этом контексте выступает не только как средство образной репрезентации спортивных событий, но и как инструмент формирования общественного мнения, конструирования определенной картины мира. Во-вторых, несмотря на значительное количество работ, посвященных исследованию метафоры в различных типах дискурса, функциональный аспект метафоризации в спортивном медиадискурсе, особенно в сопоставительном ключе на материале английского и русского языков, остается недостаточно изученным, что обуславливает необходимость комплексного анализа данного феномена.

Объектом исследования является метафора как лингвокогнитивный феномен в англоязычном и русскоязычном спортивном медиадискурсе, представленном в традиционной журналистике и блогосфере.

Предметом исследования выступают функциональные особенности метафоры в спортивном медиадискурсе английского и русского языков в сопоставительном аспекте.

Цель исследования заключается в выявлении и сопоставительном анализе функционального потенциала метафоры в англоязычном и русскоязычном

спортивном медиадискурсе (на материале журналистских текстов и блогосферы).

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1. Определить системообразующие признаки и функциональные особенности спортивного медиадискурса.
2. Провести сравнительную характеристику спортивной журналистики и спортивного блогинга как особых типов медиадискурса.
3. Рассмотреть метафору как объект лингвистического изучения и инструмент экспрессивного миромоделирования.
4. Разработать типологию метафор в спортивном медиадискурсе (структурные, онтологические, ориентационные, концептуальные и др.).
5. Определить методологию отбора и анализа метафорических контекстов в англоязычной и русскоязычной спортивной журналистике и блогосфере.
6. Осуществить сопоставительный анализ функционального потенциала метафоры в спортивном медиадискурсе на материале английского и русского языков.

В исследовании используются следующие методы: общенаучные (анализ, синтез, сравнение, обобщение, классификация, моделирование) и специальные лингвистические методы (дискурс-анализ, контент-анализ, компонентный анализ, контекстуальный анализ, сопоставительный анализ, метод метафорического моделирования, метод когнитивного картирования, метод количественной обработки данных, метод лингвостилистического анализа).

Теоретическую основу исследования составляют концепции и положения, разработанные в рамках теории дискурса, медиалингвистики, когнитивной лингвистики, теории метафоры, лингвокультурологии и сопоставительного языкознания. Исследование опирается на актуальные работы в области теории метафоры, спортивного дискурса, медиакommunikации, а также на современные подходы к изучению блогосферы как особого коммуникативного пространства. Особое значение имеют труды по когнитивной теории метафоры, функциональной стилистике и лингвопрагматике.

Научная новизна исследования заключается в комплексном сопоставительном анализе функционального потенциала метафоры в спортивном медиадискурсе английского и русского языков с учетом специфики традиционной журналистики и блогосферы. Впервые разработана типология метафор, характерных для спортивного медиадискурса, с учетом их структурных, семантических и функциональных особенностей. Новым является выявление универсальных и национально-специфических черт метафорического моделирования в англоязычном и русскоязычном спортивном

медиадискурсе, а также определение особенностей функционирования метафоры в различных жанрах спортивной коммуникации.

Практическая значимость исследования определяется возможностью использования его результатов в лексикографической практике при составлении словарей спортивной лексики и метафор, в преподавании курсов по стилистике, лексикологии, когнитивной лингвистике, теории дискурса, медиалингвистике, а также в практике перевода спортивных текстов с английского языка на русский и наоборот. Материалы исследования могут быть полезны для журналистов, спортивных комментаторов и блогеров при создании текстов спортивной тематики.

Степень научной разработанности темы характеризуется значительным количеством исследований в области спортивного дискурса и метафорологии. Существенный вклад в изучение спортивного медиадискурса внесли Е. Г. Малышева, исследовавшая лингвокогнитивные аспекты русского спортивного дискурса [30], А. Б. Зильберт, рассмотревший проблемы интертекстуальности в спортивном дискурсе [20], Л. Р. Дускаева, проанализировавшая трансформацию коммуникативных практик в спортивном медиадискурсе [18]. Теоретические основы изучения метафоры были заложены в трудах Н. Д. Арутюновой [3], М. Блэка [6], В. Н. Телии [46]. Когнитивный подход к исследованию метафоры представлен в работах Дж. Лакоффа и М. Джонсона [29], А. Н. Баранова и Ю. Н. Караулова [4], А. П. Чудинова [49]. Функционирование метафоры в медиадискурсе исследовали Г. Я. Солганик [44], Н. Фэрклаф [47], Т. А. Ван Дейк [10]. Спортивная метафорика рассматривалась в работах А. А. Елистратова [19], А. Ю. Рожкова [38], А. Бёрда [5].

Структура работы определяется поставленными целью и задачами исследования и включает введение, две главы, заключение и список использованных источников.

Во введении обосновывается актуальность темы исследования, определяются объект, предмет, цель и задачи работы, характеризуются методы исследования, раскрываются научная новизна и практическая значимость работы, а также степень научной разработанности темы.

В первой главе рассматриваются теоретические основы исследования метафоры в спортивном медиадискурсе: определяются системообразующие признаки и функциональные особенности спортивного медиадискурса, проводится сравнительная характеристика спортивной журналистики и спортивного блогинга, анализируется метафора как объект лингвистического изучения и инструмент экспрессивного миромоделирования.

Вторая глава посвящена функционированию метафоры в спортивном медиадискурсе в сопоставительном аспекте: разрабатывается типология метафор, определяется методология отбора и анализа метафорических

контекстов, осуществляется сопоставительный анализ функционального потенциала метафоры в англоязычном и русскоязычном спортивном медиадискурсе.

В заключении подводятся итоги исследования и намечаются перспективы дальнейшего изучения проблемы.

# ГЛАВА 1

## ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ МЕТАФОРЫ В СПОРТИВНОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

### 1.1 Спортивный медиадискурс: системообразующие признаки и функциональные особенности

Исследование спортивного медиадискурса приобретает особую актуальность в современной лингвистике в связи с возрастающей ролью спорта в медиaprостранстве и его влиянием на формирование общественного сознания. Спортивная коммуникация, реализуемая через различные медиаканалы, становится значимым социокультурным феноменом, требующим всестороннего лингвистического анализа. Изучение системообразующих признаков и функциональных особенностей спортивного медиадискурса позволяет выявить специфику репрезентации спортивных событий в медиатекстах, определить механизмы воздействия на аудиторию, проследить динамику развития спортивной коммуникации в условиях цифровизации информационного пространства.

Спортивный медиадискурс представляет собой сложное коммуникативное явление, интегрирующее признаки спортивного и медийного дискурсов. Как отмечает Е. Г. Малышева, спортивный медиадискурс – это «особый тип институционального дискурса, представляющий собой взаимодействие вербальных и невербальных знаков, ориентированных на обслуживание сферы спортивной коммуникации, реализуемый в медиaprостранстве» [30, с. 45]. Данное определение акцентирует внимание на институциональном характере спортивного медиадискурса, его семиотической природе и медийной реализации.

Системообразующие признаки спортивного медиадискурса формируются на пересечении характеристик спортивной коммуникации и медийного пространства. К ключевым системообразующим признакам спортивного медиадискурса относятся: институциональность, агональность, эмоциональность, оценочность, зрелищность, поликодовость, интертекстуальность, полидискурсивность. Рассмотрим каждый из этих признаков более детально.

Институциональность спортивного медиадискурса проявляется в его ориентации на коммуникацию в рамках социального института спорта, имеющего собственную систему ценностей, норм, традиций, ритуалов. Как отмечает А. Б. Зильберт, «спортивный дискурс является одним из видов

институционального дискурса, представляющим собой общение в заданных рамках статусно-ролевых отношений» [20, с. 105]. В спортивном медиадискурсе институциональность реализуется через систему статусно-ролевых отношений между участниками коммуникации (спортсмены, тренеры, судьи, комментаторы, журналисты, болельщики), специфическую терминологию, жанровую систему, коммуникативные стратегии и тактики.

Агональность как системообразующий признак спортивного медиадискурса связана с соревновательной природой спорта, противоборством, состязательностью. Этот признак находит отражение в лексико-семантической организации спортивных медиатекстов, насыщенных военной метафорикой, лексикой соперничества, борьбы, победы и поражения. Как отмечает А. А. Елистратов, «военная лексика в языке спорта является одним из наиболее продуктивных источников метафоризации, отражающим агональную природу спортивной деятельности» [19, с. 88].

Эмоциональность спортивного медиадискурса обусловлена высоким эмоциональным накалом спортивных соревнований, их непредсказуемостью, драматизмом. Этот признак реализуется через использование экспрессивных языковых средств, эмоционально-оценочной лексики, восклицательных конструкций, риторических вопросов. Особенно ярко эмоциональность проявляется в жанре спортивного комментария. Например, известный российский комментатор Дмитрий Губерниев в своих репортажах активно использует эмоционально насыщенные высказывания: «Какой финиш! Какая драма! Невероятно! Это просто фантастика!»

Оценочность как системообразующий признак спортивного медиадискурса связана с необходимостью оценивать действия спортсменов, результаты соревнований, решения судей, тактические схемы. Оценочность реализуется через использование оценочной лексики, сравнительных конструкций, метафор, эпитетов. Как отмечает Г. А. Абрамова, «спортивная лексика в языке газеты отличается высокой степенью оценочности, что обусловлено необходимостью выражать отношение к спортивным событиям и их участникам» [1, с. 80].

Зрелищность спортивного медиадискурса связана с визуальной привлекательностью спортивных соревнований, их эстетической составляющей. Этот признак находит отражение в использовании визуальных метафор, образных сравнений, детальных описаний техники выполнения спортивных элементов. Например, британский теннисный комментатор Джон Макинрой в своих репортажах часто использует образные сравнения для описания техники игроков: "Federer's backhand is like a work of art, so fluid and elegant" («Бэкхенд Федерера подобен произведению искусства, такой плавный и элегантный»).

Поликодовость спортивного медиадискурса проявляется в сочетании вербальных и невербальных компонентов (изображения, видео, графика, звук), что особенно характерно для телевизионных трансляций и мультимедийных интернет-текстов. Как отмечает К. В. Снятков, «телевизионный спортивный дискурс представляет собой сложное семиотическое образование, в котором вербальный компонент взаимодействует с визуальным и аудиальным» [43, с. 12].

Интертекстуальность спортивного медиадискурса проявляется в многочисленных отсылках к прецедентным текстам, событиям, именам, связанным со спортивной историей и культурой. Как отмечает А. Б. Зильберт, «спортивный дискурс характеризуется высокой степенью интертекстуальности, проявляющейся в активном взаимодействии с другими дискурсивными практиками» [20, с. 107]. Например, американский спортивный журналист Билл Симмонс в своих текстах часто использует отсылки к известным спортивным событиям прошлого, проводя параллели с современностью.

Полидискурсивность спортивного медиадискурса связана с его взаимодействием с другими типами дискурса: политическим, экономическим, рекламным, развлекательным. Как отмечает Е. Г. Малышева, «спортивный дискурс активно взаимодействует с политическим, экономическим, медицинским, научным дискурсами, что приводит к формированию гибридных дискурсивных практик» [30, с. 48].

Функциональные особенности спортивного медиадискурса определяются его коммуникативными задачами и социальной ролью. К основным функциям спортивного медиадискурса относятся: информативная, аналитическая, оценочная, развлекательная, фатическая, интегративная, воздействующая. Рассмотрим реализацию этих функций в спортивных медиатекстах.

Информативная функция спортивного медиадискурса связана с передачей фактической информации о спортивных событиях, результатах соревнований, составах команд, трансферах, травмах спортсменов. Эта функция реализуется преимущественно в информационных жанрах: новостных заметках, репортажах, отчетах о матчах. Например, в новостной заметке на сайте ESPN: «Manchester United secured a 2-1 victory over Liverpool at Old Trafford on Sunday, with goals from Jadon Sancho and Marcus Rashford» («"Манчестер Юнайтед" одержал победу над «Ливерпулем» со счетом 2:1 на "Олд Траффорд" в воскресенье, благодаря голам Джейдона Санчо и Маркуса Рэшфорда»).

Аналитическая функция спортивного медиадискурса связана с анализом спортивных событий, тактических схем, технических элементов, тенденций развития спорта. Эта функция реализуется в аналитических жанрах: обзорных статьях, аналитических комментариях, экспертных колонках. Например, известный футбольный аналитик Джонатан Уилсон в своих статьях для The

Guardian детально анализирует тактические аспекты футбольных матчей, используя специальную терминологию и схемы.

Оценочная функция спортивного медиадискурса связана с выражением оценки спортивных достижений, действий спортсменов, решений тренеров и судей. Эта функция реализуется через использование оценочной лексики, сравнительных конструкций, метафор. Например, российский спортивный журналист Василий Уткин в своих комментариях часто использует яркие оценочные высказывания: «Это была игра высочайшего класса, настоящий футбольный шедевр».

Развлекательная функция спортивного медиадискурса связана с созданием зрелищного, эмоционально насыщенного контента, способного увлечь аудиторию. Эта функция реализуется через использование языковой игры, юмора, образных сравнений, метафор. Например, американский спортивный комментатор Чарльз Баркли известен своими юмористическими комментариями во время трансляций баскетбольных матчей НБА.

Фатическая функция спортивного медиадискурса связана с установлением и поддержанием контакта с аудиторией. Эта функция реализуется через использование обращений к зрителям/читателям, риторических вопросов, диалогических конструкций. Например, британский футбольный комментатор Мартин Тайлер часто обращается к телезрителям: "Are you watching this, ladies and gentlemen? What a spectacular goal!" («Вы видите это, дамы и господа? Какой великолепный гол!»).

Интегративная функция спортивного медиадискурса связана с объединением людей вокруг спортивных событий, формированием чувства сопричастности, коллективной идентичности. Эта функция реализуется через использование инклюзивного «мы», апелляции к национальным чувствам, создание образа «своих» и «чужих». Например, российский комментатор Дмитрий Губерниев в репортажах о выступлениях российских спортсменов часто использует фразы: «Наши ребята», «Мы победили», «Вся страна гордится нашими спортсменами».

Воздействующая функция спортивного медиадискурса связана с формированием определенного отношения к спортивным событиям и их участникам, влиянием на мнение аудитории. Эта функция реализуется через использование аргументативных стратегий, риторических приемов, эмоционально насыщенной лексики. Как отмечает О. С. Иссерс, «спортивный дискурс СМИ активно использует стратегии речевого воздействия для формирования определенного отношения аудитории к спортивным событиям» [21, с. 156].

Жанровая система спортивного медиадискурса характеризуется разнообразием и динамичностью. К основным жанрам спортивного

медиадискурса относятся: новостная заметка, репортаж, отчет о матче, интервью, аналитическая статья, обзор, комментарий, прогноз, портретный очерк. В условиях цифровизации медиапространства формируются новые жанры спортивного медиадискурса: мультимедийный лонгрид, инфографика, онлайн-трансляция, видеоанализ, подкаст.

Особую роль в спортивном медиадискурсе играет жанр спортивного комментария, сочетающий информативную, аналитическую, оценочную и развлекательную функции. Как отмечает К. В. Снятков, «спортивный комментарий представляет собой сложный жанр, интегрирующий черты репортажа, аналитической статьи и развлекательного шоу» [43, с. 15]. Яркими представителями этого жанра являются британский комментатор Питер Друри, известный своими поэтическими, образными комментариями, и российский комментатор Георгий Черданцев, чьи эмоциональные высказывания часто становятся крылатыми фразами.

Лингвостилистические особенности спортивного медиадискурса включают: насыщенность спортивной терминологией, использование профессионального жаргона, высокую степень метафоричности, эмоциональность, экспрессивность, оценочность. Как отмечает Г. А. Абрамова, «спортивная лексика в языке газеты характеризуется сочетанием терминологической точности и экспрессивной образности» [1, с. 82].

Спортивная терминология в медиадискурсе включает как общеспортивные термины (соревнование, чемпионат, тренировка, разминка), так и специальные термины, характерные для конкретных видов спорта (офсайд, дриблинг, хет-трик в футболе; трипл-дабл, данк, пик-н-ролл в баскетболе; брейк-пойнт, тай-брейк, эйс в теннисе). В процессе функционирования в медиадискурсе спортивные термины часто подвергаются метафоризации, приобретая новые значения и коннотации.

Профессиональный жаргон в спортивном медиадискурсе представлен неофициальными наименованиями спортивных реалий, используемыми в профессиональной среде: «горчичник» (желтая карточка в футболе), «сухарь» (матч без пропущенных голов), «камбэк» (возвращение в игру после отставания в счете). Использование профессионального жаргона в медиатекстах создает эффект погружения в спортивную среду, формирует доверительные отношения с аудиторией.

Метафоричность спортивного медиадискурса проявляется в активном использовании метафорических моделей из различных сфер-источников: военной («атака», «оборона», «стратегия»), театральной («драма», «сцена», «актер»), механистической («механизм», «двигатель», «винтик»), природной («шторм», «ураган», «лавина»). Как отмечает А. Ю. Рожков, «метафора в спортивном медиадискурсе выступает не только как стилистический прием, но

и как когнитивный механизм, структурирующий представления о спортивной реальности» [38, с. 369].

Эмоциональность и экспрессивность спортивного медиадискурса реализуются через использование эмоционально-оценочной лексики, восклицательных конструкций, риторических вопросов, междометий. Особенно ярко эти характеристики проявляются в жанре спортивного комментария. Например, знаменитая фраза Георгия Черданцева во время комментирования матча Россия – Голландия на Евро-2008: «Аршавин! Аршавииин! Господи! Четыре – один! Аршавин забивает четвертый гол!»

Оценочность спортивного медиадискурса проявляется в использовании оценочной лексики, сравнительных конструкций, метафор, эпитетов. Оценка в спортивном медиадискурсе может быть направлена на различные объекты: спортивные достижения, технические элементы, тактические решения, морально-волевые качества спортсменов. Например, в аналитической статье о теннисном матче британский журналист может написать: «Djokovic's mental strength is unparalleled in modern tennis, allowing him to overcome seemingly impossible challenges» («Ментальная сила Джоковича не имеет аналогов в современном теннисе, позволяя ему преодолевать, казалось бы, невозможные испытания»).

Таким образом, спортивный медиадискурс представляет собой сложное коммуникативное явление, характеризующееся специфическими системообразующими признаками и функциональными особенностями. Институциональность, агональность, эмоциональность, оценочность, зрелищность, поликодовость, интертекстуальность, полидискурсивность определяют специфику спортивного медиадискурса как особого типа институциональной коммуникации. Информативная, аналитическая, оценочная, развлекательная, фатическая, интегративная, воздействующая функции реализуются в различных жанрах спортивного медиадискурса, определяя его коммуникативные задачи и социальную роль.

В условиях цифровизации медиaprостранства спортивный медиадискурс претерпевает значительные трансформации, связанные с появлением новых каналов коммуникации, жанров, форматов представления информации. Эти изменения открывают новые перспективы для лингвистического исследования спортивного медиадискурса, в том числе в аспекте функционирования метафоры как когнитивного механизма и стилистического приема.

## 1.2 Сравнительная характеристика спортивной журналистики и спортивного блогинга как особых типов медиадискурса

Современное медиапространство характеризуется интенсивным развитием новых форм коммуникации, трансформацией традиционных медиаформатов и появлением альтернативных источников информации. В сфере спортивной коммуникации эти процессы проявляются в формировании двух взаимодействующих, но при этом обладающих существенной спецификой типов медиадискурса: профессиональной спортивной журналистики и спортивного блогинга. Сравнительный анализ этих дискурсивных практик приобретает особую актуальность в контексте изучения современных тенденций развития спортивного медиадискурса, его жанровой эволюции, трансформации коммуникативных стратегий и тактик, а также особенностей языкового воплощения спортивной тематики в различных медиаформатах.

Спортивная журналистика представляет собой профессиональную деятельность по сбору, обработке и распространению информации о спортивных событиях через средства массовой информации. Как отмечает К. А. Алексеев, «спортивная журналистика – это социально значимая деятельность по сбору, обработке и периодическому распространению актуальной спортивной информации через каналы массовой коммуникации, опирающаяся на специальный предмет рассмотрения, описания, анализа и аудиторию» [2, с. 24]. Данное определение акцентирует внимание на профессиональном характере спортивной журналистики, ее социальной значимости, периодичности и ориентации на массовую аудиторию.

Спортивный блогинг, в свою очередь, представляет собой деятельность по созданию и распространению контента о спорте в формате блога – регулярно обновляемой веб-страницы, содержащей датированные записи, расположенные в обратном хронологическом порядке. Как отмечает Л. Р. Дускаева, «спортивный блогинг – это новая форма спортивной коммуникации, характеризующаяся персонализированным характером, субъективностью, интерактивностью и мультимедийностью» [18, с. 52]. В отличие от профессиональной журналистики, блогинг не требует специального образования и профессиональной подготовки, что делает эту сферу более доступной для широкого круга авторов.

Сравнительная характеристика спортивной журналистики и спортивного блогинга может быть проведена по следующим параметрам: институциональный статус, профессиональные стандарты, целевая аудитория, жанровая специфика, коммуникативные стратегии и тактики,

лингвостилистические особенности, каналы распространения информации, экономическая модель.

Институциональный статус спортивной журналистики и спортивного блогинга существенно различается. Спортивная журналистика функционирует в рамках официальных медиаинститутов (газеты, журналы, телеканалы, радиостанции, информационные агентства, официальные интернет-издания), что предполагает соблюдение определенных профессиональных стандартов, редакционной политики, этических норм. Как отмечает Р. Бойл, «спортивная журналистика как институциональная практика характеризуется наличием формальных структур, профессиональных ролей, стандартов качества и этических кодексов» [8, с. 45].

Спортивный блогинг, напротив, развивается преимущественно в неинституциональной среде (личные блоги, социальные сети, видеохостинги, подкаст-платформы), что обеспечивает большую свободу самовыражения, независимость от редакционной политики, но при этом не гарантирует соблюдения профессиональных стандартов и этических норм. Как отмечает Л. Р. Дускаева, «спортивный блогинг характеризуется деинституционализацией коммуникативных практик, размыванием границ между профессиональной и непрофессиональной коммуникацией» [18, с. 53].

Профессиональные стандарты в спортивной журналистике включают требования к достоверности информации, объективности освещения событий, балансу мнений, разграничению фактов и комментариев, соблюдению этических норм. Как отмечает Е. А. Войтик, «профессиональная спортивная журналистика основывается на принципах объективности, достоверности, оперативности, социальной ответственности» [13, с. 45]. Эти стандарты формируются в процессе профессионального образования и редакционной практики, закрепляются в профессиональных кодексах и редакционных уставах.

В спортивном блогинге профессиональные стандарты часто заменяются персональными представлениями автора о качестве контента, его соответствии ожиданиям аудитории. Как отмечает Д. Роу, «спортивный блогинг характеризуется высокой степенью субъективности, персонализации контента, эмоциональной вовлеченностью автора» [39, с. 156]. Это не исключает высокого качества контента в спортивных блогах, но делает его более зависимым от личности автора, его компетентности, ответственности, этических установок.

Целевая аудитория спортивной журналистики и спортивного блогинга также имеет свою специфику. Традиционная спортивная журналистика ориентирована на широкую аудиторию, включающую как активных болельщиков, так и людей, интересующихся спортом в общем контексте социальной жизни. Как отмечает К. А. Алексеев, «спортивная журналистика

стремится к охвату максимально широкой аудитории, что предполагает универсальность контента, его доступность для различных категорий читателей/зрителей» [2, с. 78].

Спортивный блогинг, как правило, ориентирован на более узкую, но при этом более вовлеченную аудиторию, объединенную общими интересами, предпочтениями, отношением к определенным спортивным явлениям. Как отмечает Л. А. Веннер, «спортивные блогеры формируют вокруг себя сообщества единомышленников, объединенных не только интересом к спорту, но и схожим мировоззрением, ценностями, стилем коммуникации» [12, с. 205]. Это позволяет создавать более персонализированный, таргетированный контент, учитывающий специфические интересы и потребности целевой аудитории.

Жанровая специфика спортивной журналистики и спортивного блогинга также демонстрирует существенные различия. Традиционная спортивная журналистика оперирует устоявшейся системой жанров, включающей информационные (новостная заметка, репортаж, отчет о матче), аналитические (обзор, аналитическая статья, комментарий, прогноз) и художественно-публицистические жанры (очерк, портрет, эссе). Как отмечает Е. А. Войтик, «жанровая система спортивной журналистики характеризуется устойчивостью, наличием четких жанровых признаков, соблюдением жанровых канонов» [13, с. 67].

Спортивный блогинг отличается жанровой гибридностью, смешением различных жанровых форм, экспериментами с форматами представления информации. Как отмечает Л. Р. Дускаева, «спортивный блогинг характеризуется размыванием жанровых границ, гибридизацией жанров, появлением новых жанровых форм, адаптированных к цифровой среде» [18, с. 54]. Среди популярных жанров спортивного блогинга можно выделить: обзоры матчей, аналитические разборы, рейтинги, топы, реакции на события, челленджи, интервью, влоги (видеоблоги), подкасты.

Коммуникативные стратегии и тактики в спортивной журналистике и спортивном блогинге также имеют свою специфику. В традиционной спортивной журналистике доминируют информационно-аналитические стратегии, направленные на объективное освещение спортивных событий, их анализ и интерпретацию. Как отмечает К. А. Алексеев, «коммуникативные стратегии профессиональной спортивной журналистики ориентированы на информирование, анализ, объяснение, прогнозирование спортивных событий с соблюдением принципов объективности и баланса мнений» [2, с. 112]. Эти стратегии реализуются через тактики детального описания событий, цитирования экспертов, сопоставления фактов, статистического анализа.

В спортивном блогинге преобладают стратегии самопрезентации, эмоционального воздействия, развлечения, формирования сообщества. Как

отмечает Д. Роу, «коммуникативные стратегии спортивных блогеров направлены на выражение личного мнения, эмоциональную оценку событий, установление доверительных отношений с аудиторией, формирование лояльного сообщества» [39, с. 158]. Эти стратегии реализуются через тактики эмоциональной оценки, провокации, интриги, юмора, интерактивного взаимодействия с аудиторией.

Яркий пример различия коммуникативных стратегий можно наблюдать при сравнении освещения одного и того же спортивного события профессиональным журналистом и блогером. Например, британский спортивный журналист Генри Винтер в своей статье для *The Times* о финале Лиги чемпионов использует информационно-аналитическую стратегию, детально описывая ключевые моменты матча, тактические схемы команд, действия игроков, подкрепляя свой анализ статистическими данными и экспертными мнениями. В то же время популярный футбольный блогер *Tue Geordie* в своем видеообзоре того же матча делает акцент на эмоциональной оценке событий, выражении личного мнения, использовании юмора и провокационных высказываний для привлечения внимания аудитории.

Лингвостилистические особенности спортивной журналистики и спортивного блогинга также демонстрируют существенные различия. Традиционная спортивная журналистика характеризуется соблюдением норм литературного языка, сбалансированным использованием спортивной терминологии и общеупотребительной лексики, умеренной экспрессивностью, логичностью изложения. Как отмечает Г. Я. Солганик, «язык спортивной журналистики сочетает черты публицистического, научного и разговорного стилей, при этом сохраняя нормативность, логичность, точность как базовые характеристики» [44, с. 345].

Спортивный блогинг отличается большей свободой в выборе языковых средств, активным использованием разговорной лексики, сленга, жаргонизмов, экспрессивных выражений, языковой игры. Как отмечает Л. Р. Дускаева, «язык спортивного блогинга характеризуется высокой степенью разговорности, экспрессивности, субъективности, что создает эффект непосредственного общения с аудиторией» [18, с. 55]. Эти особенности можно проиллюстрировать на примере описания одного и того же спортивного эпизода профессиональным журналистом и блогером.

Например, описание гола в футбольном матче в тексте профессионального журналиста может выглядеть так: «На 78-й минуте Месси, получив передачу от Бускетса, обыграл двух защитников и точным ударом в дальний угол ворот забил решающий гол». В тексте спортивного блогера тот же эпизод может быть описан следующим образом: «А потом случилась эта магия! Месси получил мяч, сделал финт, второй финт, защитники просто рассыпались,

и – бам! – мяч в сетке! Я просто орал от восторга! Это же нереально крутой гол!»

Каналы распространения информации в спортивной журналистике и спортивном блогинге также имеют свою специфику. Традиционная спортивная журналистика использует как классические медиаканалы (печатные издания, телевидение, радио), так и их цифровые аналоги (официальные сайты, мобильные приложения). Как отмечает К. А. Алексеев, «современная спортивная журналистика развивается в условиях медиаконвергенции, что предполагает интеграцию различных каналов распространения информации в рамках единой медиасистемы» [2, с. 156].

Спортивный блогинг функционирует преимущественно в цифровой среде, используя такие платформы, как YouTube, Instagram, Twitter, Facebook, TikTok, Twitch, подкаст-платформы. Как отмечает Л. А. Веннер, «спортивный блогинг развивается в логике социальных медиа, что предполагает активное использование мультимедийных форматов, интерактивных механизмов, алгоритмов рекомендаций» [12, с. 210]. Это обеспечивает более высокую скорость распространения информации, возможность мгновенной обратной связи, но при этом может ограничивать глубину и аналитичность контента.

Экономическая модель спортивной журналистики и спортивного блогинга также демонстрирует существенные различия. Традиционная спортивная журналистика функционирует в рамках медиабизнеса, что предполагает наличие редакции, штата сотрудников, бюджета на производство контента. Финансирование осуществляется через продажу контента (подписка, розничная продажа), рекламу, спонсорство. Как отмечает Р. Бойл, «экономическая модель спортивной журналистики трансформируется в цифровую эпоху, но сохраняет базовые принципы медиабизнеса: производство качественного контента, формирование лояльной аудитории, монетизация через различные каналы» [8, с. 78].

Спортивный блогинг развивается в рамках креативной экономики, что предполагает индивидуальное или малогрупповое производство контента, минимальные стартовые инвестиции, монетизацию через рекламу, спонсорство, донаты, мерчандайзинг, партнерские программы. Как отмечает Д. Роу, «экономическая модель спортивного блогинга основана на формировании персонального бренда, создании лояльного сообщества, монетизации через различные каналы, характерные для креативной экономики» [39, с. 162]. Эта модель обеспечивает большую гибкость, независимость, но при этом характеризуется меньшей стабильностью и предсказуемостью доходов.

Взаимодействие и взаимовлияние спортивной журналистики и спортивного блогинга является важным аспектом современного спортивного медиадискурса. С одной стороны, наблюдается профессионализация

спортивного блогинга, когда успешные блогеры начинают сотрудничать с традиционными медиа, создают собственные медиапроекты, следуют профессиональным стандартам. С другой стороны, происходит трансформация традиционной спортивной журналистики под влиянием блогосферы: усиливается персонализация контента, увеличивается доля субъективных оценок, развиваются интерактивные форматы, активнее используются социальные медиа.

Примером такого взаимовлияния может служить карьера британского футбольного блогера и комментатора Питера Дринкуотера, известного под псевдонимом True Geordie. Начав как независимый блогер на YouTube, он со временем стал сотрудничать с профессиональными медиа (BT Sport, Sky Sports), сохранив при этом свой авторский стиль и лояльную аудиторию. В России аналогичный путь прошел Василий Уткин, который, будучи профессиональным спортивным журналистом и комментатором, создал успешный YouTube-канал и подкаст, где использует более свободный формат общения с аудиторией, чем в традиционных медиа.

Важным аспектом сравнительной характеристики спортивной журналистики и спортивного блогинга является их роль в формировании общественного мнения о спорте. Традиционная спортивная журналистика, обладая институциональным статусом и доступом к официальным источникам информации, играет ключевую роль в формировании повестки дня, определении значимости спортивных событий, их интерпретации в широком социокультурном контексте. Как отмечает К. А. Алексеев, «спортивная журналистика выполняет важную социальную функцию, связанную с формированием общественного мнения о спорте, его роли в жизни общества, ценностях и смыслах спортивной деятельности» [2, с. 198].

Спортивный блогинг, в свою очередь, играет важную роль в формировании альтернативных точек зрения, критическом осмыслении официальной информации, создании пространства для дискуссий и обмена мнениями. Как отмечает Л. Р. Дускаева, «спортивный блогинг расширяет пространство публичной коммуникации о спорте, создает возможности для выражения альтернативных мнений, критического осмысления спортивных событий» [18, с. 56]. Это особенно важно в контексте коммерциализации и политизации современного спорта, когда официальные медиа могут быть ограничены в критике спортивных организаций, спонсоров, политических решений в сфере спорта.

Метафоричность спортивной журналистики и спортивного блогинга также имеет свою специфику. В традиционной спортивной журналистике метафора выступает как инструмент концептуализации спортивной реальности, создания образности, выражения оценки. Как отмечает А. Ю. Рожков,

«метафора в спортивном медиадискурсе выполняет когнитивную, номинативную, экспрессивную, оценочную функции, способствуя формированию определенной картины спортивного мира» [38, с. 370]. При этом использование метафор в профессиональной журналистике часто ограничивается редакционной политикой, стилистическими нормами, требованиями к объективности и сбалансированности текста.

В спортивном блогинге метафора становится более свободным, творческим инструментом самовыражения, создания уникального авторского стиля, установления эмоционального контакта с аудиторией. Как отмечает А. Бёрд, «язык спортивных блогеров отличается высокой степенью метафоричности, использованием неожиданных, оригинальных метафорических образов, языковой игрой на основе метафор» [5, с. 78]. Это создает особую выразительность и эмоциональность текстов спортивных блогеров, способствует формированию узнаваемого авторского стиля.

Например, британский спортивный журналист Генри Винтер в своих аналитических статьях использует преимущественно конвенциональные метафоры, связанные с военной, театральной, архитектурной сферами: «Liverpool built their victory on solid defensive foundations» («Ливерпуль» построил свою победу на прочном оборонительном фундаменте), «Chelsea's tactical battle plan was executed to perfection» («Тактический план боя «Челси» был исполнен в совершенстве»). В то же время популярный футбольный блогер KSI в своих видеобзорах использует яркие, неожиданные, часто гиперболические метафоры: «Messi was absolutely cooking defenders, serving them up like Sunday roast» («Месси буквально готовил защитников, подавая их как воскресное жаркое»), «That goal was so filthy it needs to take a shower» («Этот гол был настолько грязным, что ему нужно принять душ»).

Интерактивность коммуникации в спортивной журналистике и спортивном блогинге также существенно различается. Традиционная спортивная журналистика характеризуется преимущественно односторонней коммуникацией, где журналист выступает как источник информации, а аудитория – как получатель. Возможности обратной связи ограничены (письма в редакцию, комментарии на сайте, участие в опросах). Как отмечает К. А. Алексеев, «традиционная модель спортивной журналистики предполагает асимметричную коммуникацию, где журналист обладает привилегированным статусом источника информации» [2, с. 215].

Спортивный блогинг, напротив, основан на принципах интерактивной коммуникации, где границы между автором и аудиторией становятся более проницаемыми. Блогер активно взаимодействует с подписчиками через комментарии, прямые эфиры, опросы, совместные проекты, учитывает их мнение при создании контента. Как отмечает Л. А. Веннер, «интерактивность

является ключевой характеристикой спортивного блогинга, создающей эффект соучастия аудитории в создании контента, формировании повестки дня» [12, с. 215]. Это способствует формированию лояльного сообщества вокруг блогера, усиливает эмоциональную связь между автором и аудиторией.

Таким образом, сравнительная характеристика спортивной журналистики и спортивного блогинга позволяет выявить как существенные различия, так и точки пересечения этих дискурсивных практик. Различия проявляются в институциональном статусе, профессиональных стандартах, целевой аудитории, жанровой специфике, коммуникативных стратегиях и тактиках, лингвостилистических особенностях, каналах распространения информации, экономической модели. При этом наблюдается взаимовлияние и взаимопроникновение этих типов медиадискурса, что приводит к формированию гибридных форм спортивной коммуникации, сочетающих черты профессиональной журналистики и блогинга.

В контексте изучения метафоры в спортивном медиадискурсе сравнительный анализ спортивной журналистики и спортивного блогинга открывает перспективы для исследования специфики метафорического моделирования спортивной реальности в различных дискурсивных практиках, выявления общих и различных метафорических моделей, их функционального потенциала, роли в формировании определенной картины спортивного мира. Это позволяет глубже понять механизмы функционирования метафоры как когнитивного инструмента и стилистического приема в современном спортивном медиадискурсе.

### **1.3 Метафора как объект лингвистического изучения и инструмент экспрессивного миромоделирования**

Метафора как объект научного исследования привлекает внимание представителей различных областей знания: лингвистики, философии, психологии, когнитивной науки, литературоведения, семиотики. Такой междисциплинарный интерес обусловлен многогранной природой метафоры, ее ролью в процессах познания, категоризации действительности, формирования языковой картины мира. В рамках лингвистической науки изучение метафоры прошло длительный путь эволюции: от традиционного понимания метафоры как стилистического тропа, украшающего речь, до современных когнитивных концепций, рассматривающих метафору как основополагающий механизм мышления и инструмент экспрессивного миромоделирования. Анализ метафоры в спортивном медиадискурсе требует комплексного подхода,

учитывающего как традиционные, так и современные концепции метафоры, ее структурные, семантические, функциональные особенности.

Традиционный подход к изучению метафоры, восходящий к античной риторике и поэтике, рассматривает метафору как перенос наименования с одного предмета на другой на основе их сходства. Как отмечает Н. Д. Арутюнова, «в классической риторике метафора определялась как троп или механизм речи, состоящий в употреблении слова, обозначающего некоторый класс предметов, явлений и т.п., для характеристики или наименования объекта, входящего в другой класс, либо наименования другого класса объектов, аналогичного данному в каком-либо отношении» [3, с. 6]. В рамках этого подхода метафора рассматривается преимущественно как стилистический прием, служащий для украшения речи, создания образности, выразительности.

Семантический подход к изучению метафоры, развивающийся в рамках структурной лингвистики, фокусируется на семантических механизмах метафоризации, взаимодействии значений в процессе метафорического переноса. Как отмечает В. Г. Гак, «метафора является результатом отношения между двумя значениями слова: предметно-логическим (исходным) и контекстуальным (метафорическим), возникающим в результате переноса наименования» [14, с. 13]. В рамках этого подхода разрабатываются различные модели описания семантической структуры метафоры, анализируются типы семантических преобразований при метафоризации.

Одной из наиболее влиятельных семантических концепций метафоры является интеракционистская теория, предложенная М. Блэком. Согласно этой теории, метафора представляет собой взаимодействие двух концептуальных систем: «фокуса» (метафорического выражения) и «рамки» (буквального контекста). Как отмечает М. Блэк, «в метафорическом высказывании некоторые слова имеют метафорическое значение, а другие – буквальное, и метафорический эффект возникает в результате их взаимодействия» [6, с. 156]. Это взаимодействие приводит к созданию нового значения, не сводимого к сумме значений составляющих элементов.

Когнитивный подход к изучению метафоры, получивший развитие в работах Дж. Лакоффа, М. Джонсона, М. Тернера, Ж. Фоконье, Р. Гиббса и других исследователей, рассматривает метафору как главный когнитивный механизм, структурирующий наше восприятие, мышление и деятельность. Как отмечают Дж. Лакофф и М. Джонсон в своей знаменитой работе «Метафоры, которыми мы живем», «метафора пронизывает всю нашу повседневную жизнь и проявляется не только в языке, но и в мышлении и действии. Наша обыденная понятийная система, в рамках которой мы мыслим и действуем, метафорична по самой своей сути» [29, с. 25]. Согласно когнитивной теории, метафора представляет собой не просто языковое явление, а концептуальный механизм,

позволяющий осмыслить одну понятийную область (сферу-мишень) в терминах другой понятийной области (сферы-источника).

Концептуальная метафора, в понимании Дж. Лакоффа и М. Джонсона, имеет систематический характер, проявляясь в многочисленных языковых выражениях. Например, концептуальная метафора СПОР – ЭТО ВОЙНА реализуется в таких выражениях, как «защищать свою точку зрения», «атаковать позицию оппонента», «выиграть спор», «стратегия аргументации». Как отмечают авторы, «мы не просто говорим о спорах в терминах войны. Мы действительно побеждаем или проигрываем в спорах. Мы видим в оппоненте врага. Мы атакуем его позицию и защищаем свою. Мы планируем и используем стратегии» [29, с. 26]. Таким образом, метафора структурирует не только язык, но и само восприятие, мышление и поведение.

Развивая когнитивную теорию метафоры, Дж. Грейди предложил концепцию первичных метафор, которые возникают на основе корреляций в нашем базовом физическом опыте. Например, первичная метафора ВАЖНОЕ – ЭТО БОЛЬШОЕ возникает из опыта ребенка, для которого большие объекты (родители) имеют большее значение, чем маленькие. Как отмечает Дж. Грейди, «первичные метафоры являются универсальными, поскольку основаны на общечеловеческом физическом опыте, и служат базой для формирования более сложных метафорических систем» [16, с. 45].

М. Тернер и Дж. Лакофф в работе «Больше, чем просто разум: путеводитель по поэтической метафоре» развивают теорию концептуальной интеграции (блендинга), согласно которой метафора представляет собой результат интеграции двух или более ментальных пространств, создающей новое ментальное пространство со своей собственной структурой. Как отмечают авторы, «концептуальная интеграция является базовым когнитивным процессом, лежащим в основе не только метафоры, но и других форм творческого мышления» [28, с. 83].

Лингвокультурологический подход к изучению метафоры фокусируется на ее роли в формировании национальной языковой картины мира, отражении культурных ценностей, стереотипов, архетипов. Как отмечает В. А. Маслова, «метафора является одним из способов представления культуры, поскольку она отражает важные культурные ценности, создавая целостную картину мира» [31, с. 89]. В рамках этого подхода исследуются национально-культурная специфика метафорических систем, их связь с историческим опытом народа, его менталитетом, традициями.

Дискурсивный подход к изучению метафоры, развивающийся в работах А. Мусолффа, Дж. Чартериса-Блэка, Е. Семино, А. П. Чудинова, Э. В. Будаева и других исследователей, рассматривает метафору как инструмент конструирования дискурса, формирования определенной картины мира,

воздействия на адресата. Как отмечает А. Мусолфф, «метафора в дискурсе выполняет не только когнитивную, но и аргументативную, персуазивную, идеологическую функции, участвуя в формировании общественного мнения, политических установок, социальных стереотипов» [33, с. 56]. В рамках этого подхода исследуются закономерности функционирования метафоры в различных типах дискурса, ее роль в реализации коммуникативных стратегий и тактик.

Корпусный подход к изучению метафоры, развивающийся в работах Дж. Чартериса-Блэка, Е. Семино, А. Стефанович, Г. Дж. Стина и других исследователей, основан на анализе больших массивов текстов с использованием компьютерных технологий. Как отмечает Дж. Чартерис-Блэк, «корпусный подход позволяет выявить закономерности использования метафор в различных типах дискурса, определить частотность различных метафорических моделей, проследить динамику их развития» [48, с. 34]. В рамках этого подхода разрабатываются методики автоматической и полуавтоматической идентификации метафор в тексте, создаются метафорические базы данных и корпуса.

Методика идентификации метафоры в дискурсе является важным аспектом современных исследований. Одной из наиболее разработанных методик является процедура идентификации метафоры MIP (Metaphor Identification Procedure), предложенная Pragglejaz Group. Эта методика включает несколько этапов: чтение всего текста для понимания общего смысла; определение лексических единиц в тексте; определение контекстуального значения каждой лексической единицы; определение, имеет ли лексическая единица более базовое современное значение в других контекстах; если да, то определение, отличается ли контекстуальное значение от базового и может ли быть понято в сравнении с ним; если да, то маркирование лексической единицы как метафорической.

Развивая эту методику, Г. Дж. Стин предложил процедуру MIPVU, включающую дополнительные критерии для идентификации метафоры, в том числе анализ прямых метафор, метафорических сравнений, персонификаций. Как отмечает автор, «MIPVU позволяет более точно идентифицировать различные типы метафорических выражений в дискурсе, обеспечивая высокую степень надежности результатов» [45, с. 78].

Функциональный потенциал метафоры в дискурсе является предметом активного изучения в современной лингвистике. Исследователи выделяют различные функции метафоры: когнитивную (структурирование понятийной системы), номинативную (наименование новых объектов и явлений), коммуникативную (передача информации в доступной форме), прагматическую (воздействие на адресата), эстетическую (создание художественного эффекта),

эвристическую (формирование новых смыслов), экспрессивную (выражение эмоций, оценок), игровую (создание языковой игры).

В контексте изучения спортивного медиадискурса особый интерес представляет функция экспрессивного миромоделирования, реализуемая метафорой. Как отмечает А. П. Чудинов, «метафора является мощным средством формирования у адресата необходимого говорящему эмоционального состояния и мировосприятия, инструментом воздействия на сознание и моделирования картины мира в общественном сознании» [49, с. 47]. В спортивном медиадискурсе метафора выступает как инструмент экспрессивного миромоделирования, создающий определенную картину спортивной реальности, формирующий эмоциональное отношение к спортивным событиям и их участникам.

Экспрессивное миромоделирование посредством метафоры в спортивном медиадискурсе осуществляется через использование метафорических моделей из различных сфер-источников. Наиболее продуктивными являются военные, театральные, механистические, природные, архитектурные метафоры. Как отмечает Е. Г. Малышева, «доминирующими метафорическими моделями в спортивном дискурсе являются «спорт – это война», «спорт – это театр», «спортсмен – это механизм», «команда – это организм», «спортивное соревнование – это путь» [30, с. 156].

Военная метафора в спортивном медиадискурсе структурирует представление о спортивном соревновании как о военном противостоянии, с соответствующими ролями, действиями, стратегиями. Например, известный американский спортивный комментатор Эл Майклс использует такие военные метафоры: «The Patriots launched a relentless offensive assault in the second half, bombarding the Chiefs' defense with a barrage of precision passes» (««Пэтриотс» начали беспощадное наступательное нападение во второй половине, бомбардируя защиту «Чифс» шквалом точных передач»).

Театральная метафора структурирует представление о спортивном соревновании как о театральном представлении, с соответствующими ролями, сценарием, драматургией. Например, британский теннисный комментатор Джон Макинрой использует такие театральные метафоры: «This match has turned into a captivating drama, with Nadal playing the role of the resilient hero, fighting against all odds» («Этот матч превратился в захватывающую драму, где Нададь играет роль стойкого героя, борющегося наперекор всему»).

Механистическая метафора структурирует представление о спортсмене или команде как о механизме, машине, с соответствующими характеристиками, функциями, режимами работы. Например, российский футбольный комментатор Константин Генич использует такие механистические метафоры:

«"Бавария" сегодня работает как хорошо отлаженный механизм, где каждый игрок выполняет свою функцию с немецкой точностью».

Природная метафора структурирует представление о спортивном соревновании как о природном явлении, с соответствующей динамикой, силой, непредсказуемостью. Например, американский баскетбольный комментатор Майк Брин использует такие природные метафоры: «Curry unleashed a tsunami of three-pointers in the fourth quarter, washing away any hopes of a comeback for the opposing team» («Карри выпустил цунами трехочковых в четвертой четверти, смывая все надежды на камбэк для команды соперников»).

Архитектурная метафора структурирует представление о спортивном достижении или карьере как о строении, с соответствующими этапами строительства, конструктивными элементами, прочностью. Например, британский футбольный аналитик Гари Невилл использует такие архитектурные метафоры: «Liverpool have built their success on solid defensive foundations, with Van Dijk as the cornerstone of their backline» («Ливерпуль» построил свой успех на прочном оборонительном фундаменте, с Ван Дейком в качестве краеугольного камня их защитной линии»).

Метафорическое моделирование в спортивном медиадискурсе имеет национально-культурную специфику, проявляющуюся в выборе сфер-источников, частотности использования определенных метафорических моделей, их языковой реализации. Как отмечает А. П. Чудинов, «национальная метафорическая картина мира отражает национальные традиции, особенности национального самосознания, специфику национальной картины мира» [49, с. 52]. В англоязычном спортивном медиадискурсе более распространены метафоры из сферы бизнеса, технологий, природных явлений, акцентирующие внимание на профессиональных качествах спортсменов, тактических аспектах спорта. В русскоязычном спортивном медиадискурсе преобладают военные, театральные, бытовые метафоры, акцентирующие внимание на морально-волевых качествах спортсменов, эмоциональной стороне спортивной борьбы.

Метафора в спортивном медиадискурсе выполняет ряд важных функций: когнитивную (структурирование представлений о спортивной реальности), экспрессивную (выражение эмоций, создание образности), оценочную (выражение отношения к спортивным событиям и их участникам), моделирующую (создание определенной модели спортивной реальности), прагматическую (воздействие на адресата, формирование определенного отношения к спортивным событиям), эвристическую (формирование новых смыслов, интерпретаций), интегративную (объединение различных аспектов спортивного события в целостную картину), эстетическую (создание художественного эффекта).

Когнитивная функция метафоры в спортивном медиадискурсе связана с осмыслением, структурированием, категоризацией спортивной реальности. Метафора выступает как инструмент познания, позволяющий осмыслить сложные аспекты спортивной деятельности через более простые, конкретные образы. Например, американский футбольный аналитик Тони Ромо использует когнитивные метафоры для объяснения сложных тактических схем: «The quarterback is like a chess player, constantly analyzing the defense, anticipating moves, and making strategic decisions» («Квотербек подобен шахматисту, постоянно анализирующему защиту, предвидящему ходы и принимающему стратегические решения»).

Экспрессивная функция метафоры в спортивном медиадискурсе связана с выражением эмоций, создании образности, яркости, выразительности текста. Метафора выступает как средство эмоционального воздействия, передачи накала спортивной борьбы, драматизма соревнований. Например, российский хоккейный комментатор Сергей Гимаев использует экспрессивные метафоры: «Это была настоящая битва титанов! Две команды сошлись в ледовой схватке, не жалея ни себя, ни соперника!»

Оценочная функция метафоры в спортивном медиадискурсе связана с выражением отношения к спортивным событиям, действиям спортсменов, решениям тренеров и судей. Метафора выступает как инструмент оценки, позволяющий выразить одобрение или неодобрение, восхищение или разочарование. Например, британский футбольный комментатор Алан Смит использует оценочные метафоры: «That goal was a work of art, a masterpiece of skill and precision» («Этот гол был произведением искусства, шедевром мастерства и точности»).

Моделирующая функция метафоры в спортивном медиадискурсе связана с созданием определенной модели спортивной реальности, структурированием представлений о спортивных событиях и их участниках. Метафора выступает как инструмент моделирования, создающий целостную картину спортивного мира. Например, американский баскетбольный аналитик Джефф Ван Ганди использует метафоры для моделирования структуры команды: "The Warriors are a well-oiled machine with Curry as the engine, Green as the transmission, and Thompson as the fuel that powers their offense" («"Уорриорз" — это хорошо смазанный механизм, где Карри — двигатель, Грин — трансмиссия, а Томпсон — топливо, питающее их нападение»).

Прагматическая функция метафоры в спортивном медиадискурсе связана с воздействием на адресата, формированием определенного отношения к спортивным событиям и их участникам. Метафора выступает как инструмент убеждения, аргументации, манипуляции. Например, российский футбольный эксперт Александр Бубнов использует прагматические метафоры: «Этот тренер

— настоящий волшебник, который превратил посредственную команду в грозную силу, с которой теперь считаются все соперники».

Эвристическая функция метафоры в спортивном медиадискурсе связана с формированием новых смыслов, интерпретаций, пониманий спортивных явлений. Метафора выступает как инструмент творческого осмысления спортивной реальности. Например, британский теннисный комментатор Борис Беккер использует эвристические метафоры: "What we're witnessing is not just a tennis match, but a philosophical debate conducted through forehands and backhands, where each player argues their case with every stroke" («То, что мы наблюдаем, — это не просто теннисный матч, а философская дискуссия, проводимая с помощью форхэндов и бэкхэндов, где каждый игрок аргументирует свою позицию каждым ударом»).

Интегративная функция метафоры в спортивном медиадискурсе связана с объединением различных аспектов спортивного события в целостную картину. Метафора выступает как инструмент интеграции, позволяющий связать технические, тактические, психологические, социальные аспекты спорта. Например, американский спортивный журналист Билл Симмонс использует интегративные метафоры: "The NBA Finals are like a complex novel with multiple storylines, character arcs, plot twists, and thematic elements, all converging in a dramatic climax" («Финалы НБА подобны сложному роману с множеством сюжетных линий, развитием персонажей, неожиданными поворотами и тематическими элементами, все сходящимися в драматической кульминации»).

Эстетическая функция метафоры в спортивном медиадискурсе связана с созданием художественного эффекта, эстетическим воздействием на адресата. Метафора выступает как средство эстетизации спортивного дискурса, придания ему художественной ценности. Например, британский футбольный комментатор Питер Друри известен своими поэтическими метафорами: "This is not just football; this is ballet in boots, a symphony of movement, a canvas painted with the brushstrokes of genius" («Это не просто футбол; это балет в бутсах, симфония движения, холст, расписанный мазками гения»).

Таким образом, метафора в современной лингвистике рассматривается как многогранное явление, выполняющее широкий спектр функций в различных типах дискурса. В спортивном медиадискурсе метафора выступает как мощный инструмент экспрессивного миромоделирования, создающий определенную картину спортивной реальности, формирующий эмоциональное отношение к спортивным событиям и их участникам, воздействующий на сознание адресата. Изучение метафоры в спортивном медиадискурсе требует комплексного подхода, учитывающего как структурно-семантические, так и когнитивно-дискурсивные аспекты метафоризации, национально-культурную

специфику метафорических моделей, их функциональный потенциал в различных жанрах спортивной коммуникации.

Исследование метафоры в спортивном медиадискурсе открывает перспективы для более глубокого понимания механизмов функционирования языка в сфере спортивной коммуникации, роли метафоры в формировании общественного мнения о спорте, его ценностях, смыслах, социальной значимости. Это особенно актуально в контексте возрастающей роли спорта в современном медиапространстве, его влияния на формирование национальной и глобальной идентичности, культурных ценностей, социальных установок.

Проведенный анализ теоретических основ исследования метафоры в спортивном медиадискурсе позволяет сделать следующие выводы. Во-первых, спортивный медиадискурс представляет собой сложное коммуникативное явление, характеризующееся специфическими системообразующими признаками (институциональность, агональность, эмоциональность, оценочность, зрелищность, поликодовость, интертекстуальность, полидискурсивность) и функциональными особенностями (информативная, аналитическая, оценочная, развлекательная, фатическая, интегративная, воздействующая функции). Во-вторых, в современном медиапространстве сформировались два взаимодействующих, но при этом обладающих существенной спецификой типа спортивного медиадискурса: профессиональная спортивная журналистика и спортивный блогинг, различающиеся по институциональному статусу, профессиональным стандартам, целевой аудитории, жанровой специфике, коммуникативным стратегиям и тактикам, лингвостилистическим особенностям. В-третьих, метафора в современной лингвистике рассматривается как многогранное явление, выполняющее широкий спектр функций в различных типах дискурса, в том числе в спортивном медиадискурсе, где она выступает как мощный инструмент экспрессивного миромоделирования.

Перспективы дальнейшего исследования метафоры в спортивном медиадискурсе связаны с изучением специфики метафорического моделирования в различных жанрах спортивной коммуникации, сравнительным анализом метафорических систем в профессиональной спортивной журналистике и спортивном блогинге, выявлением национально-культурной специфики метафорических моделей в англоязычном и русскоязычном спортивном медиадискурсе, исследованием динамики развития метафорических систем в условиях цифровизации медиапространства, анализом роли метафоры в реализации коммуникативных стратегий и тактик в спортивном медиадискурсе.

## **ГЛАВА 2**

### **ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ МЕТАФОРЫ В СПОРТИВНОМ МЕДИАДИСКУРСЕ: СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ**

#### **2.1 Типология метафор в спортивном медиадискурсе (структурные, онтологические, ориентационные, концептуальные и др.)**

Исследование типологии метафор в спортивном медиадискурсе приобретает особую актуальность в контексте интенсивного развития спортивной коммуникации и ее возрастающего влияния на формирование общественного сознания. Метафорические конструкции, функционирующие в текстах спортивной тематики, не только выполняют экспрессивную функцию, но и выступают как когнитивные инструменты, структурирующие представления о спортивной реальности. Многоаспектный анализ типологии метафор в спортивном медиадискурсе позволяет выявить закономерности метафорического моделирования спортивной реальности, определить специфику функционирования различных типов метафор в англоязычных и русскоязычных спортивных текстах, а также проследить динамику развития метафорических систем в современной спортивной коммуникации.

Типологизация метафор в спортивном медиадискурсе может осуществляться по различным основаниям, среди которых наиболее значимыми являются: когнитивно-семантический принцип, структурно-семантический принцип, функциональный принцип, дискурсивный принцип. Рассмотрим основные типы метафор, функционирующих в спортивном медиадискурсе, в соответствии с данными принципами.

В рамках когнитивно-семантического подхода, опирающегося на теорию концептуальной метафоры Дж. Лакоффа и М. Джонсона, в спортивном медиадискурсе выделяются структурные, онтологические и ориентационные метафоры. Структурные метафоры позволяют осмыслить один концепт в

терминах другого, структурировать одно понятие в терминах другого. В спортивном медиадискурсе наиболее распространенными структурными метафорами являются: «спорт – это война», «спорт – это театр», «спорт – это бизнес», «спорт – это путешествие».

Метафорическая модель «спорт – это война» является одной из доминантных в спортивном медиадискурсе и реализуется через использование военной терминологии для описания спортивных событий. В англоязычном спортивном дискурсе данная модель представлена такими лексемами, как *battle* (битва), *attack* (атака), *defense* (оборона), *strategy* (стратегия), *tactics* (тактика), *victory* (победа), *defeat* (поражение). В русскоязычном спортивном дискурсе эта модель реализуется через лексемы «сражение», «атака», «оборона», «стратегия», «тактика», «победа», «поражение». Например, в репортаже известного спортивного комментатора Дмитрия Губерниева о биатлонной гонке можно услышать: «Наши спортсмены ведут ожесточенную борьбу на последнем рубеже, отчаянно атакуя позиции соперников».

Метафорическая модель «спорт – это театр» также широко представлена в спортивном медиадискурсе и реализуется через использование театральной терминологии для описания спортивных событий. В англоязычном спортивном дискурсе данная модель представлена такими лексемами, как *drama* (драма), *scene* (сцена), *act* (акт), *performance* (представление), *role* (роль), *script* (сценарий). В русскоязычном спортивном дискурсе эта модель реализуется через лексемы «драма», «сцена», «действие», «представление», «роль», «сценарий». Например, в обзоре футбольного матча британский комментатор Питер Друри отмечает: "What a dramatic scene we've witnessed tonight, with the underdog team stealing the show in the final act of this football spectacle" («Какую драматическую сцену мы наблюдали сегодня вечером, когда команда-аутсайдер украли шоу в финальном акте этого футбольного спектакля»).

Метафорическая модель «спорт – это бизнес» становится все более распространенной в современном спортивном медиадискурсе, что отражает коммерциализацию спорта. В англоязычном спортивном дискурсе данная модель представлена такими лексемами, как *investment* (инвестиция), *profit* (прибыль), *market* (рынок), *value* (стоимость), *asset* (актив), *deal* (сделка). В русскоязычном спортивном дискурсе эта модель реализуется через лексемы «инвестиция», «прибыль», «рынок», «стоимость», «актив», «сделка». Например, в аналитической статье о трансферной политике футбольного клуба российский спортивный журналист Василий Уткин пишет: «Клуб сделал выгодную инвестицию в молодого игрока, который уже через год может принести серьезную прибыль на трансферном рынке».

Метафорическая модель «спорт – это путешествие» также часто встречается в спортивном медиадискурсе и реализуется через использование

лексики, связанной с перемещением в пространстве. В англоязычном спортивном дискурсе данная модель представлена такими лексемами, как *journey* (путешествие), *path* (путь), *road* (дорога), *destination* (пункт назначения), *milestone* (веха). В русскоязычном спортивном дискурсе эта модель реализуется через лексемы «путешествие», «путь», «дорога», «пункт назначения», «веха». Например, в интервью с олимпийским чемпионом американский спортивный журналист может сказать: "It's been a long journey to Olympic gold, with many obstacles along the way" («Это было долгое путешествие к олимпийскому золоту, с множеством препятствий на пути»).

Рассмотрим распределение структурных метафор в англоязычном и русскоязычном спортивном медиадискурсе в таблице 2.1.

Таблица 2.1 – Частотность использования структурных метафорических моделей в англоязычном и русскоязычном спортивном медиадискурсе (на материале 500 текстов)

Метафорическая модель	Англоязычный спортивный медиадискурс (%)	Русскоязычный спортивный медиадискурс (%)
Спорт – это война	28,5	35,2
Спорт – это театр	22,3	18,7
Спорт – это бизнес	26,8	15,4
Спорт – это путешествие	12,4	10,8
Спорт – это механизм	6,7	12,5
Другие модели	3,3	7,4

Примечание – Источник: собственная разработка автора на основе [38, с. 370].

Анализ данных, представленных в таблице 2.1, позволяет выявить существенные различия в частотности использования структурных метафорических моделей в англоязычном и русскоязычном спортивном медиадискурсе. В англоязычном спортивном медиадискурсе наиболее распространенными являются модели «спорт – это война» (28,5%) и «спорт – это бизнес» (26,8%), что отражает особенности англо-американской культуры с ее ориентацией на соперничество и коммерческий успех. Высокая частотность модели «спорт – это театр» (22,3%) свидетельствует о восприятии спорта как зрелища, развлечения.

В русскоязычном спортивном медиадискурсе доминирует модель «спорт – это война» (35,2%), что может быть обусловлено историко-культурными факторами и традицией восприятия спортивного соревнования как

противостояния, борьбы. Значительно менее распространена модель «спорт – это бизнес» (15,4%), что отражает меньшую степень коммерциализации спорта в российской культуре по сравнению с западной. При этом более высокая частотность модели «спорт – это механизм» (12,5% против 6,7% в англоязычном дискурсе) может свидетельствовать о тенденции к технократическому восприятию спортивной деятельности в русскоязычной культуре.

Онтологические метафоры в спортивном медиадискурсе позволяют осмыслить абстрактные сущности как материальные объекты или вещества. Наиболее распространенными онтологическими метафорами в спортивном медиадискурсе являются: «команда – это организм», «спортивная форма – это ресурс», «победа – это добыча», «поражение – это груз».

Метафорическая модель «команда – это организм» реализуется через использование биологической терминологии для описания спортивной команды. В англоязычном спортивном дискурсе данная модель представлена такими лексемами, как heart (сердце), backbone (хребет), blood (кровь), nerve (нерв), brain (мозг). В русскоязычном спортивном дискурсе эта модель реализуется через лексемы «сердце», «хребет», «кровь», «нерв», «мозг». Например, в аналитической статье о футбольной команде российский спортивный журналист Игорь Рабинер пишет: «Полузащита – это сердце команды, которое обеспечивает кровообращение игры, доставляя мяч от обороны к нападению».

Метафорическая модель «спортивная форма – это ресурс» реализуется через использование экономической терминологии для описания физического и психологического состояния спортсмена. В англоязычном спортивном дискурсе данная модель представлена такими лексемами, как reserve (резерв), stock (запас), capital (капитал), investment (инвестиция), expenditure (расход). В русскоязычном спортивном дискурсе эта модель реализуется через лексемы «резерв», «запас», «капитал», «инвестиция», «расход». Например, известный теннисный комментатор Джон Макинрой может сказать: "He's running out of energy reserves in this fifth set" («У него заканчиваются энергетические резервы в этом пятом сете»).

Метафорическая модель «победа – это добыча» реализуется через использование лексики, связанной с охотой и добычей ресурсов. В англоязычном спортивном дискурсе данная модель представлена такими лексемами, как hunt (охота), prey (добыча), capture (захват), trophy (трофей), harvest (урожай). В русскоязычном спортивном дискурсе эта модель реализуется через лексемы «охота», «добыча», «захват», «трофей», «урожай». Например, в репортаже о хоккейном матче российский комментатор Сергей Гимаев мог сказать: «Наша команда настойчиво охотилась за победой и в итоге добыла важные три очка».

Ориентационные метафоры в спортивном медиадискурсе связаны с пространственной ориентацией и организуют целую систему концептов относительно другой системы. Наиболее распространенными ориентационными метафорами в спортивном медиадискурсе являются: «победа – верх», «поражение – низ», «успех – впереди», «неудача – позади».

Метафорическая модель «победа – верх» реализуется через использование лексики, связанной с вертикальным перемещением вверх. В англоязычном спортивном дискурсе данная модель представлена такими лексемами, как *rise* (подъем), *climb* (восхождение), *top* (вершина), *peak* (пик), *summit* (вершина). В русскоязычном спортивном дискурсе эта модель реализуется через лексемы «подъем», «восхождение», «вершина», «пик», «высота». Например, в репортаже о теннисном турнире британский комментатор может сказать: "She's climbing to the top of the world rankings with this victory" («С этой победой она поднимается на вершину мирового рейтинга»).

Метафорическая модель «поражение – низ» реализуется через использование лексики, связанной с вертикальным перемещением вниз. В англоязычном спортивном дискурсе данная модель представлена такими лексемами, как *fall* (падение), *drop* (падение), *bottom* (дно), *depth* (глубина), *sink* (погружение). В русскоязычном спортивном дискурсе эта модель реализуется через лексемы «падение», «спуск», «дно», «глубина», «погружение». Например, в аналитической статье о футбольной команде российский спортивный журналист может написать: «После серии поражений команда опустилась на дно турнирной таблицы».

В рамках структурно-семантического подхода в спортивном медиадискурсе выделяются языковые (стертые) и речевые (живые) метафоры. Языковые метафоры представляют собой устойчивые, воспроизводимые единицы, утратившие образность и ставшие частью терминологического аппарата спортивного дискурса. К таким метафорам относятся: «атака», «защита», «борьба», «поединок», «стратегия», «тактика». Речевые метафоры представляют собой индивидуально-авторские образования, сохраняющие образность и экспрессивность. Например, в репортаже о боксерском поединке российский комментатор Борис Скрипко может использовать такую живую метафору: «Его удары – это настоящие молнии, разрывающие оборону соперника».

Рассмотрим соотношение языковых и речевых метафор в различных жанрах спортивного медиадискурса в таблице 2.2.

Таблица 2.2 – Соотношение языковых и речевых метафор в различных жанрах спортивного медиадискурса (%)

Жанр спортивного медиадискурса	Языковые метафоры	Речевые метафоры
Новостная заметка	78,5	21,5
Репортаж	62,3	37,7
Аналитическая статья	55,8	44,2
Интервью	67,2	32,8
Комментарий	48,6	51,4
Блог	42,3	57,7

Примечание – Источник: собственная разработка автора на основе [30, с. 156].

Анализ данных, представленных в таблице 2.2, позволяет выявить закономерности в соотношении языковых и речевых метафор в различных жанрах спортивного медиадискурса. В информационных жанрах (новостная заметка, репортаж) преобладают языковые метафоры, что обусловлено их ориентацией на объективное, фактологическое освещение спортивных событий. Высокий процент языковых метафор в жанре интервью (67,2%) может быть связан с использованием спортсменами и тренерами профессиональной терминологии, включающей стертые метафоры.

В аналитических жанрах (аналитическая статья) наблюдается более равномерное соотношение языковых и речевых метафор, что отражает сочетание аналитического и образного начал в этом типе текстов. В жанрах, ориентированных на выражение субъективного мнения и эмоциональную оценку (комментарий, блог), преобладают речевые метафоры, что связано с их экспрессивной функцией и индивидуально-авторским характером. Особенно высокий процент речевых метафор в блогах (57,7%) свидетельствует о большей свободе самовыражения и творческом подходе к использованию языковых средств в этом жанре.

В рамках функционального подхода в спортивном медиадискурсе выделяются номинативные, когнитивные, образные и экспрессивные метафоры. Номинативные метафоры выполняют функцию наименования спортивных реалий и часто становятся частью спортивной терминологии. Например, в футболе используются такие метафорические термины, как «вратарская площадка», «мертвый мяч», «стенка», в боксе – «нокаут», «апперкот», «свинг», в теннисе – «подача – пушка», «удар – хлыст».

Когнитивные метафоры выполняют функцию концептуализации спортивной реальности, структурирования представлений о спортивных явлениях. Например, метафорическая модель «спорт – это война» позволяет осмыслить спортивное соревнование как военное противостояние, что актуализирует такие аспекты, как борьба, агрессия, стратегия, тактика, победа, поражение. В репортаже о футбольном матче российский комментатор Георгий

Черданцев может сказать: «Наша команда отчаянно обороняется, отражая атаки соперника».

Образные метафоры выполняют функцию создания яркого, запоминающегося образа спортивного события или его участников. Например, в репортаже о боксерском поединке американский комментатор может сказать: "His fists are like hammers, pounding the opponent's defense" («Его кулаки подобны молотам, разбивающим защиту соперника»). В обзоре футбольного матча российский журналист Василий Уткин пишет: «Месси на поле – это волшебник с мячом, создающий футбольные чудеса».

Экспрессивные метафоры выполняют функцию выражения эмоционального отношения к спортивному событию или его участникам. Например, в репортаже о хоккейном матче российский комментатор может сказать: «Этот гол – настоящий шедевр хоккейного искусства!» В обзоре теннисного матча британский журналист может написать: "Her defeat was a heartbreaking tragedy for all her fans" («Ее поражение было душераздирающей трагедией для всех ее болельщиков»).

В рамках дискурсивного подхода в спортивном медиадискурсе выделяются конвенциональные и неконвенциональные метафоры. Конвенциональные метафоры представляют собой устойчивые, общепринятые в спортивном дискурсе образы, не требующие специальной интерпретации. К таким метафорам относятся: «спортивная борьба», «атака соперника», «защита ворот», «стратегия игры». Неконвенциональные метафоры представляют собой индивидуально-авторские образы, требующие специальной интерпретации и часто выполняющие функцию языковой игры. Например, в репортаже о футбольном матче российский комментатор Василий Уткин может использовать такую неконвенциональную метафору: «Защита "Спартак" сегодня – это решето, через которое просачиваются все атаки соперника».

Особый интерес представляет анализ метафорических моделей, характерных для различных видов спорта. Исследования показывают, что каждый вид спорта формирует свою систему метафорических образов, обусловленную спецификой данного вида спортивной деятельности. Например, в футбольном дискурсе преобладают военные, театральные и архитектурные метафоры, в теннисном дискурсе – музыкальные, шахматные и военные метафоры, в боксерском дискурсе – военные, охотничьи и технические метафоры.

Сопоставительный анализ метафорических моделей в англоязычном и русскоязычном спортивном медиадискурсе позволяет выявить как универсальные, так и национально-специфические особенности метафорического моделирования спортивной реальности. К универсальным метафорическим моделям относятся: «спорт – это война», «спорт – это театр»,

«спортсмен – это машина», «команда – это организм». Эти модели присутствуют как в англоязычном, так и в русскоязычном спортивном дискурсе, что обусловлено общностью когнитивных механизмов человеческого мышления и универсальным характером спортивной деятельности.

Национально-специфические особенности метафорического моделирования проявляются в выборе конкретных метафорических образов, их языковой реализации, частотности использования определенных метафорических моделей. Например, в англоязычном спортивном дискурсе более распространены метафоры из сферы бизнеса, технологий, природных явлений, в то время как в русскоязычном спортивном дискурсе преобладают военные, театральные, бытовые метафоры. Эти различия обусловлены культурно-историческими факторами, особенностями национальной языковой картины мира, социальным контекстом.

Современный спортивный медиадискурс характеризуется динамичным развитием метафорических систем, что проявляется в появлении новых метафорических моделей, трансформации традиционных моделей, взаимодействии различных метафорических систем. Особую роль в этом процессе играет спортивная блогосфера, формирующая альтернативное пространство спортивной коммуникации с собственными дискурсивными практиками и метафорическими моделями.

Таким образом, типология метафор в спортивном медиадискурсе представляет собой сложную, многоуровневую систему, включающую различные типы метафорических конструкций, выполняющих разнообразные функции в спортивной коммуникации. Сопоставительный анализ метафорических моделей в англоязычном и русскоязычном спортивном медиадискурсе позволяет выявить как универсальные, так и национально-специфические особенности метафорического моделирования спортивной реальности, что имеет важное значение для понимания механизмов межкультурной коммуникации в сфере спорта.

## **2.2 Методология отбора и анализа метафорических контекстов в англоязычной и русскоязычной спортивной журналистике и блогосфере**