

УДК 32.019.5

ПОЛИТИЗИРОВАННЫЙ СПОРТИВНЫЙ ИНЦИДЕНТ: НОМИНАЦИОННЫЕ СТРАТЕГИИ ВОВЛЕЧЁННЫХ МЕДИААКТОРОВ¹

Быкова Е. В., Гавра Д. П.

Аннотация: В статье рассматривается медиатизационная траектория развития спортивного по содержанию и политического по существу инцидента на Пекинской Олимпиаде 2022 и стратегии номинации медиаакторов вокруг инцидента по поводу допинг-пробы российской фигуристки Камиллы Валиевой. Цель статьи: выявить номинационные стратегии медиа, отражавших течение допинг-скандала и дать им интерпретации в контексте подходов политической медиатизации. Во время инцидента в медианпространстве действовал весь спектр провластных и оппозиционных медиаакторов, в том числе и тех, кто покинул российское медианпространство после начала специальной военной операции. В статье проведено сравнение номинационных, а по существу, политических стратегий в провластных и оппозиционных российских массмедиа. Авторами выявлены антагонистические группы номинационных стратегий, реализуемых в рамках долгосрочных коммуникационных стратегий политических и спортивных акторов. Эмпирической базой являются российские медиатексты, принадлежащие представителям разных сторон политического спектра современной России: «Комсомольская Правда», «РИА Новости», «Независимая газета», так и представляющих оппозиционную (независимую) точку зрения: «Новая Газета» и «Эхо Москвы». Показано, что в условиях политического противостояния номинационные медиастратегии представления акторов неполитического инцидента порождают политическую медиатизацию.

Ключевые слова: номинация, номинационная медиастратегия, медиатизация, спортивный инцидент, политизация, Камилла Валиева.

Введение

В современном медиатизированном цифровом обществе априори заложен потенциал политизации практически любого значимого для общественности информационного повода [1]. Политизация неполитического информационного повода возможна, если социальный факт, событие, инцидент, легшие в основу этого повода, содержат в себе зерно столкновения интересов или ценностей некоторых значимых социальных субъектов. Аудитории медиа, пользователи социальных сетей, подписчики платформ, блогеров, инфлюенсеров, обсуждающих, т.е. по факту медиатизирующих и одновременного политизирующих соответствующий информационный повод, находя совпадение

¹ Исследование выполнено в рамках гранта РФФИ 20 011 00371 «Медиатизация локальных инцидентов как механизм мобилизации политического протеста в информационно сетевом обществе».

или противостояние интересов и/или ценностей с одной из вовлеченных в противостояние сторон, включаются в его обсуждение. И в результате раскручивается спираль медиатизированной политизации.

Каждый социальный субъект, совершающий коммуникативное действие по расширению информационного поля повода – ставящий лайк, делающий репост, комментирующий и т.п. – выступает агентом медиатизации политизируемого социального факта. При этом, очевидно, что наиболее значимыми агентами медиатизации выступают акторы, обладающие наибольшим коммуникативным и социальным капиталом – массмедиа с большими аудиториями и инфлюенсеры / коммуникативные капиталисты / трафик монополисты [2].

Спорт, в особенности, большой спорт, с миллиардными аудиториями и громадными бюджетами и спонсорскими контрактами давно и прочно вошел в обиход общественной жизни с самым высоким потенциалом политизации и политической медиатизации. Недаром социология и политология спорта очень часто ставят рядом эти два термина «спорт» и «война» [3]. А Ф. Д'Агатти прямо называет спорт «суррогатом войны» [4].

История мирового спорта, как бы мы не уважали олимпийские идеалы Пьера де Кубертена, особенно в периоды глобальных противостояний в мировой политике, это всегда история соревнования, если не сказать столкновения не просто атлетов, а стоящих за ними стран и шире – национальных ценностных систем. Спортивные соревнования, как бы ни убеждал болельщиков МОК, что спорт вне политики, всегда были вписаны в политический медиадискурс, перенос чемпионатов, бойкоты участия в соревнованиях, победы и поражения в престижных турнирах широко обсуждались в массмедиа и оценивались общественностью как победа или поражение одной из конфликтующих сторон, а болельщики и фанаты спортивных соревнований подчеркивали лояльность к своей команде коммуникативно и поведенчески. Процесс политизации спорта особенно заметен в условиях мировой нестабильности и перманентных ценностных трансформаций [5, 6, 7]. Спортивные достижения получают дополнительную символическую нагрузку за счет обретения статуса чемпионов или победителей в международных соревнованиях. Поэтому так участились административные стратегии бойкотирования участия противоборствующих сторон в спортивных соревнованиях, недопуск спортсменов на престижные международные соревнования по политическим мотивам, дисквалификация спортсменов-фаворитов перед решающими соревнованиями и проч.

Формирование цифрового платформенного общества мультиплицировало потенциал спорта как пространства концентрации эмоционально разогретых массовых аудиторий. Фан-группы болельщиков того или иного вида спорта или конкретного спортсмена в социальных сетях достигают нескольких миллионов подписчиков. Возможность выплеснуть свою эмоцию в сеть в режиме реального времени, когда конечный результат еще неизвестен, встретить поддержку или атаковать оппонента превращает коммуникативное пространство спортивного ивента в эмоционально перегруженное пространство с высоким конфликтным потенциалом. Полиция на стадионе еще может развести агрес-

сивных фанатов противостоящих команд, но в сети такой полиции нет. Особенно остро этот потенциал конфликта реализуется, когда сходятся команды или спортсмены, представляющие конфликтующие страны или конфликтующие ценностные системы [8, 9].

Власть политического дискурса во многом определяет дискурс спортивный и его подачу в массмедиа, поскольку именно спортивный дискурс включает в себя ключевые для политической борьбы понятия: Победа/Поражение. «Победитель может быть только один» – эта максима верна и для спорта, и для политики. Второе место считается поражением и там, и там. Метонимически эти понятия переносятся на победу или поражение политических систем, вступивших в единоборство, на спортсменов, как символических субъектов этого противостояния, что многократно увеличивается посредством массмедиа.

В этом плане анализ спортивного дискурса – медийного и сетевого – представляет широкое и крайне интересное поле для коммуникативного анализа существенного более широких содержательных пространств, чем пространство собственно спортивной и околоспортивной коммуникации. Исследователь, изучая коммуникативные практики, складывающиеся вокруг спортивного ивента или инцидента со скрытым политическим или ценностным содержанием, получает возможность выхода на уровень анализа глубинных политических конфликтов и соответственно коммуникативных стратегий значимых политических игроков.

В настоящей статье проанализирован кейс инцидента с допинг-пробой российской фигуристки Камилы Валиевой на Зимней Олимпиаде в Пекине в январе-феврале 2022 года². Этот, казалось бы, чисто спортивный инцидент, с нашей точки зрения, достаточно быстро прошел спираль политизированной медиатизации и далее для вовлеченных медиаакторов стал поводом для реализации стратегий политической коммуникации.

Мы собрали обширный эмпирический материал по данному инциденту: из медиа 5 стран на трех континентах, из социальных сетей, видеосервисов. Сотни медиатекстов и десятки тысяч постов. Это дало нам возможность очень глубокого анализа коммуникативных стратегий и тактик вовлеченных игроков – от правительств и международных организаций до рядовых сетевых комбатантов. Многие из материалов находятся в процессе обработки.

Для настоящей статьи мы выбрали задачу анализа номинационных стратегий, использованных медиаакторами при описании вовлеченных в инцидент акторов. Именно с первичных номинаций, внесенных медиа в коммуникационное пространство массовых аудиторий, начинается медиатизированная политизация какого-либо информационного повода. Уже в них, в номинациях закладывается основа для конструирования медиатизированного конфликта на уровне ценностей. В этом случае вводимые медиа номинации маркируют пространство отношений сторон описываемого события как конфликт не просто социальных субъектов, а некоторых более значимых субстанций – ценностей. И вот уже перед читателем или зрителем – не противостояние спортсменов “X” и “Y”, а

2 Сомнительный тест Камилы Валиевой стал причиной переноса церемонии награждения российских фигуристов на Олимпиаде Комсомольская правда 09.02.2022 URL: <https://www.kp.ru/online/news/4623292/> (дата обращения 22.08.2022).

конфликт сил Добра и Зла, Истины и Лжи, Добродетели и Порока. Этим приемом также с успехом пользуется кинематограф. Вспомним для примера блокбастер «Рокки 4», где зловещий Иван Драга, оппонент героя Сталлоне, символически представляет Советский Союз, объявленный Рональдом Рейганом «Империей Зла».

Цель статьи: выявить номинационные стратегии медиа, отражавших течение допинг-скандала вокруг Камилы Валиевой и дать им интерпретации в контексте подходов политической медиатизации. Для нас важно, что на период инцидента в медиапространстве действовал весь спектр игроков – и провластных и оппозиционных, в том числе и тех, кто покинул российское медиапространство после начала специальной военной операции. Таким образом мы можем увидеть и сравнить номинационные, а по существу политические стратегии в провластных и оппозиционных российских массмедиа.

Эмпирическая база и методика исследования

В настоящей статье проведен сравнительный анализ медиатекстов, посвященных спортивному инциденту с Камиллой Валиевой в феврале 2022 года на Пекинской Зимней олимпиаде с 04.02.2022 по 20.02.2022 в электронных российских медиа, занимающих как провластную: «Комсомольская Правда» (далее КП), «РИА Новости» (далее РИА), «Независимая газета» (далее НезГ) (57 медиатекстов), так и представляющих оппозиционную (как они сами заявляли, независимую) точку зрения: «Новая Газета» (далее НГ) (15 медиатекстов), «Эхо Москвы» (далее ЭМ) (15 медиатекстов). Медиатексты собраны в датасет с помощью системы Semanticforce.net. по ключевому слову «Камила Валиева» эксплицированному в тексте, заголовке или подзаголовке в медиа. После механического сбора медиатекстов произведена их ручная обработка с целью отфильтровать материалы, не имеющие отношения к инциденту с допинг-скандалом на Олимпиаде в указанных хронологических рамках. Отобранные медиатексты были подвергнуты кодировке по выявлению субъективной модальности текста в целом: субъективная модальность / отношение к вовлеченным акторам: –2 – крайне негативно; –1 – умеренно негативно; +1 – умеренно позитивно, +2 – сильно позитивно; отдельно выделены метафоры/парафразы по отношению к упоминаемым акторам.

Лексико-семантическому анализу были подвергнуты все прямо вовлеченные, а также потенциально причастные или косвенно вовлеченные в инцидент акторы. Набор акторов, по которым, согласно методике, производилось кодирование: К. Валиева, Э. Тутберидзе, Олимпийская команда по фигурному катанию, Олимпийский комитет России, руководство Российского спорта, Руководство России, Президент, Россия в целом, российский народ, МОК, другие спортсмены, антидопинговые службы, ВАДА, США, американцы, недоброжелатели России из других команд. Сравнительный анализ номинаций в медиатекстах разного политического спектра России, выраженных парафразами или метафорами, позволил выявить метафоры, отражающие политическое противостояние в российских медиа указанного хронологического периода и сформулировать транслируемые ценностные нарративы провластного и оппозиционного дискурса на основании лексико-семантического анализа отобранных медиатекстов.

Гипотезы

Инцидент с допинг-пробой К. Валиевой в процессе медиатизации прошел цикл политизации, номинационные стратегии массмедиа стали одним из инструментов транспонирования спортивного информационного повода в политический инцидент с потенциалом политической мобилизации.

Проправительственные российские медиа использовали медиатизационный потенциал рассматриваемого инцидента для подкрепления базового для их политических коммуникационных стратегий патриотического ценностного нарратива. При этом вторичные номинации вовлеченных субъектов нацелены на формирование у аудитории восприятия Камиллы Валиевой как отличной спортсменки, очевидной фаворитки, ставшей жертвой заговора враждебных России сил. Сама спортсменка при этом, как и вся российская команда чисты и безупречны.

С другой стороны, «независимые» / оппозиционные медиа через свои номинационные стратегии формируют восприятие инцидента как порождения порочной системы управления российским спортом. При этом сама спортсменка номинируется как жертва этой системы, а в качестве «сил зла», ответственных за инцидент, номинируются «коррупцированные и неквалифицированных» спортивные чиновники.

Таким образом, номинационные стратегии проправительственных и оппозиционных медиа формируют две разных интерпретации инцидента, в которых тем не менее совпадает представление К. Валиевой как высокопрофессиональной спортсменки, ставшей жертвой «сил зла». Только эти «силы зла» в картине мира проправительственных и оппозиционных медиа не совпадают.

Теоретические рамки исследования

Под медиатизацией локального события/инцидента мы понимаем «разворачивающийся в русле медиалогии процесс расширения социального ареала информированности и усложнения дискурса события с одновременным расширением и усложнением вовлеченных в этот дискурс аудиторий» [1, с. 64]. Этот подход прямо укладывается в понимание категории медиатизации на мете-уровне как процесса, в котором медиа становятся частью других социальных институтов и изменяют нормы и способы их деятельности [10, 11]. При этом, как мы уже писали, политической медиатизацией инцидента будет являться ивент-медиатизация «неполитического по содержанию события с одновременным приданием ему посредством медиакоммуникации политического смысла» [1, с. 65] и превращением в значимый элемент политической повестки дня.

Стратегии номинаций вовлеченных субъектов в медиасреде являются не случайными окказиональными образованиями журналистского творчества, а устойчивыми внутренне согласованными логиками формирования конструкторов, задающих фреймовую рамку для формирования общественных настроений, схемами внедрения в сознание аудиторий языковых «меток-ориентиров», определяющих идеологические координаты в публикуемом материале. «Стратегия именованности в публицистике одна из наиболее важных базовых стратегий, с помощью которой автор утверждает в своем тексте определенную идеологию, формулирует оценочные суждения, тем самым формируя у

адресата заданное восприятие» [12, с. 49], ценностный нарратив. Номинации субъектов в медиатекстах помимо этого «задают событийный фон новостного сообщения, его координаты в пространстве и времени» [13, с. 121] поскольку эти координаты в медиатекстах задаются и детерминируются актуальной социально-политической ситуацией.

В центре настоящего исследования стоят прежде всего вторичные (повторные) номинации, под которыми здесь подразумеваются «называние новым именем предмета уже названного» [14, с. 50] или «наименование уже ранее обозначенного в данном контексте денотата: лица, предмета, действия, качества» [15, с. 123] с помощью производных лексико-семантических единиц [16, с. 173] в новой для них функции наречения [17, с. 129]. Вторичные номинации репрезентируют отношение к субъекту номинации с помощью дополнительной смысловой нагруженности используемой номинации, которая в тексте выполняет функцию «метки-ориентира». Метка-ориентир в тексте в свою очередь требует аналогичных по коннотативной окрашенности номинативных единиц, что нередко приводит к «выстраиванию объединенных единой моделью номинативных рядов», что в итоге образует номинационную стратегию, создающую нужное медиаактору образное восприятие у реципиента [18, с. 44]. С помощью такого нагнетания смыслов в медиатексте оказывается воздействие на личностную, эмоциональную сферу реципиента, формируя у него устойчивый стереотип восприятия определенного субъекта или события. Метафорическая номинация с точки зрения ономазиологии – это использование одного слова вместо другого, принадлежащего иной лексико-семантической парадигме, но обладающего с первым словом общей дифференциальной или коннотативной семой [19: 93], что позволяет читателю при восприятии медиатекста отделить Добро от Зла, Ангелов от Бесов, то есть метафорическая номинация служит инструментом манипуляции и управления индивидуальными диспозициями отдельных членов аудитории и общественным мнением в целом.

Данная экстралингвистическая особенность предопределила широкое использование метафоры или парафраза (любое описательное выражение субъекта, не обязательно троп [20, с. 312]) как средства актуализации коммуникативно-полемической функции в медиасреде и способствует политизации аудитории по ценностным основаниям в конкретной конфликтной ситуации, поскольку «в выборе метафорического выражения проявляются <...> различия индивидуальных интересов, а из совокупности метафор, ставших узуальными, можно видеть, какие интересы преобладали в народе» [21, с. 6]. Вторичная номинация ярко демонстрирует номинативные и творческие возможности языка и его носителей, указывает в определённой степени на мотивацию *выбора признака* [курсив наш], кладущегося в основу номината [22, с. 101].

Значения вторичных метафоризированных номинаций субъектов медиатекста амбивалентны: с одной стороны они всегда выбираются автором на основании личностного когнитивного опыта [23], а с другой стороны вписываются в мировоззренческую позицию определенного массмедиа как коллективного субъекта. Метафорические номинации легко воспринимаются, потому что побуждение к образованию метафор – это основное побуждение человека, которого нельзя ни на минуту игнорировать, ибо этим

самым мы игнорировали бы самого человека [24]. Метафоричность как свойство человеческого мышления: видеть сходство при сравнении, выполняет функцию приговора без суда, потому обладает мощной воздействующей силой. Воздействующая сила метафорической номинации объясняется тем, что метафора имеет связь с логическим мышлением, его рациональностью (поиск сходства), а с другой стороны, способствует мифологизации субъекта номинации и закреплению определенных стереотипов восприятия [25] в осмыслении и переживании явлений одного рода в терминах явлений другого рода [26]. Понятийное сближение воспринимается как фактор значительно более важный, чем уровневые или структурные различия [27].

Прагматический потенциал метафорических номинаций сознательно используется в политическом дискурсе для трансформации концептуальной картины мира адресата, даже ее полной перезагрузки. Метафорические номинации в медиатексте отражают наше сознание, являются мощным средством формирования у адресата необходимого говорящему эмоционального состояния и мировосприятия, используется в качестве безапелляционных аргументов в полемике в периоды острых политических противостояний [28]. Медиатекст, содержащий метафорические номинации субъектов, формирует нужную тональность, что влияет на суждение индивидуума образом, соответствующим этой тональности [29].

Анализ материала

Проанализируем вторичные (повторные) номинации акторов, вовлеченных в инцидент.

В медиатекстах мейнстрим медиа, работающих в рамках патриотической провластной парадигмы вторичные номинации представлены парафразой, нейтральными именами существительными, развернутыми метафорами:

1. Камилла Валиева: Нейтральные вторичные номинации: *российская фигуристка, спортсменка, 15-летняя фигуристка, девочка, россиянка, ребёнок, главное действующее лицо, юная спортсменка, 15-летняя девчонка; гениальная девочка; жертва; девочка, безвинно страдающая; главный фаворит; хрупкий ребёнок; маленькая, талантливая пятнадцатилетняя девочка; уникальная; главная фаворитка Олимпиады-2022 (РИА)*. Талант фигуристки абсолютизируется с помощью номинаций: *«лучшая фигуристка планеты, выдающаяся фигуристка, самая талантливая фигуристка мира, вундеркинд, явление в мире спорта, уникал, лучшая одиночница планеты, главная сенсация текущего сезона, самая талантливая фигуристка мира, уникальная фигуристка, гениальная девочка, великая спортсменка* и усиливается метафорическими номинациями: *самая большая звезда фигурного катания, надежда отечественного фигурного катания (НезГ); Яркая звезда, Настоящее чудо, Девочка на шаре, Солнце, Юная королева льда, Ледовая фея, настоящая гордость страны, Бриллиант в короне российского спорта (РИА); восходящая звезда фигурного катания; одна из лучших дочерей нашего Отечества, одна из лучших дочерей мира; девочка с «другой планеты», фигуристка, умница и боец (КП)*.

Таким образом в провластных медиа формируется ценностный нарратив: гениаль-

ная российская фигуристка, юная спортсменка, почти ребенок, фаворитка Олимпиады, дочь и надежда Отечества стала жертвой внешних злых сил. Какие это силы, видно из номинаций других участников инцидента, о них мы скажем ниже, но уже сейчас заметим, что они, эти силы Зла, номинируются не как личные враги российской спортсменки, а как недоброжелатели и враги российской команды, российского спорта и шире – России в целом. В семантическое ядро всех вторичных номинаций попадают обороты, содержащие превосходную сравнительную степень: *самая талантливая, самая большая звезда*; использование лексем с семантикой космоса: *звезда, мир, планета*; библеизмов: *ангел, жертва, чудо, надежда*; аллюзий: *девочка на шаре*.

Маркирование инцидента как атаки на российскую спортсменку, номинация сил Зла, равно как и ценностный патриотический нарратив вводится номинациями авторитетных политических и государственных субъектов. *Матвиенко заявила, что за ситуацией с фигуристкой Валиевой угадываются манипуляции западных спецслужб* (КП 11.02.2022); *Вице-премьер Чернышенко назвал домыслами заявления Баха о Камиле Валиевой* (КП 18.02.2022); *Песков ответил на угрозу главы USADA уголовным преследованием россиян из-за скандала вокруг Валиевой по «закону Родченкова»* (КП 11.02.2022); *депутат Госдумы Свищев призвал не верить слухам о допинге у российских фигуристов на Олимпиаде* (КП 09.02.2022); *Глава ОКР Поздняков заподозрил, что допинг-пробу Валиевой умышленно «придержали» до Олимпиады* (КП 11.02.2022); *Песков назвал недоразумением ситуацию с допинг-пробами фигуристки Камилы Валиевой* (КП 11.02.2022); *Тарасова рассказала, зачем западные СМИ сообщили о «допинге» Валиевой* (Sputnik 09.02.2022); *Вячеслав Фетисов поддержал Камилу Валиеву: «Девочка ни в чем не виновата»* (КП 17.02.2022); *Татьяна Тарасова о выступлении Валиевой: «А Камилу – били, били, били и убили!»* (Sputnik 09.02.2022).

Мы видим выстраиваемый цитированием официальных лиц нарратив – имеет место заговор коллективного Запада против российской команды и ее лучших спортсменов: *манипуляции западных спецслужб, слухи о допинге, заподозрил, умышленно «придержали»*. Стратегия прямого или косвенного цитирования высокостатусных спикеров с первичной номинацией с одной стороны показывает, что фамилии этих персон слишком известны читателю, чтобы их интерпретировать, а с другой стороны мнение упомянутых лиц по поводу обсуждаемой скандальной ситуации обладает высоким авторитетом.

Добавим к этому, что нарратив заговора против Камиллы Валиевой как заговора против России вводится в медиатекстах провластных СМИ подкрепляется прямыми генерализациями: *«Все очевидно: россияне уверены, что слухи о допинг-пробе Валиевой – обыкновенная провокация»* (КП 10.02.2022). *«Остановить Камилу. Остановить Россию»* (КП 15.02.2022). Обратим внимание на широкое обобщение и гиперболический перенос – попытка остановить Камиллу Валиеву – это попытка остановить Россию.

В отличие от провластных медиа в оппозиционном дискурсе номинации Камилы Валиевой носят в основном нейтральный характер: *спортсменка, «защищенное лицо»* («что нейтрализует базовый нарратив провластных медиа о заговоре против 15-летней

спортсменки), *лучшая спортсменка сборной России (сборной команды ОКР)*. В медиатекстах в гораздо меньшей степени присутствует превосходная сравнительная степень прилагательных в номинациях Камилы Валиевой: *15-летняя фигуристка, юная спортсменка, 15-летний подросток, девочка, российская спортсменка, несовершеннолетняя спортсменка, российская фигуристка, 15-летняя фигуристка, фигуристка, россиянка, 15-летняя олимпийская чемпионка, временная чемпионка, 15-летняя представительница России на Олимпийских играх, 15-летний человек, гениальный подросток, не единственная фаворитка*. Номинации в основном носят нейтральный характер, поскольку формируются на основе семантики факта: возраст (15 лет), пол (девочка), статус (чемпионка). Метафорическая номинация встречается в единичных случаях: *восходящая звезда фигурного катания* (штамп), *свежеиспеченная олимпийская чемпионка* (ирония), *воздушная спортсменка*. В последних случаях мы видим метафоры с двойным смыслом, поскольку прилагательное *свежеиспеченный* в сочетании с существительными, не имеющими отношения к пищевым продуктам, имеют дополнительную коннотацию: *слишком быстро/рано полученный*, прилагательное *воздушный* тоже с подтекстом. Отметим, что во всем корпусе текстов оппозиционных медиа только один раз встретилась метафорическая позитивная номинация юной российской спортсменки – «ангел во плоти» – пожалуй (ЭМ). Вторичные номинации Камилы Валиевой в оппозиционном медиадискурсе актуализируют ее российское гражданство: *российская фигуристка, спортсменка, представительница России*, и несовершеннолетний возраст, т.е. возраст, когда ответственность за подростка несут взрослые: *подросток, юная, несовершеннолетняя, 15-летняя*.

Оппозиционный медиадискурс формирует свой нарратив: Россия и российская команда не защитили, а напротив, использовали совсем еще юную девушку, почти ребенка, при этом ситуация с допингом неясна, но вероятна. *«И тут в любом случае вина врача Филиппа Шветского, которого уже ловили на допинге, и тех, кто его назначал. Тутберидзе, Горшков или кто там еще?»* (ЭМ 12.02.2022). *Бах заявил, что у него нет уверенности в том, что окружение Валиевой заслуживает доверия* (НГ 18.02.2022).

Вторичная номинация тренера сборной Э. Тутберидзе в проправительственных медиа носит в основном нейтральный характер, ее номинируют не иначе как *тренер*, по ее официальному статусу. *Тренер Тутберидзе заявила о невиновности фигуристки Валиевой* (КП 12.02.2022). В медиатекстах актуализирована поддержка тренерскому штабу, нейтрализуются хейтерские атаки в оппозиционных и зарубежных медиа: *«Просто Этери умеет меняться и удивлять. Хейтеры ругали тренерский штаб Тутберидзе за «фабрику детей»*. На нынешние Игры она привезла трех абсолютно разных спортсменок. Сегодня *великая Этери вернула нам веру в чудо»*. (КП 15.02.2022). *Песков о критике Тутберидзе со стороны главы МОК: «Жесткость тренеров – это залог побед»*.

Анализ вторичных номинаций провластного контента показывает, что Э. Тутберидзе и К. Валиева находятся в одном и том же семантическом поле: *вера, чудо, надежда, мастерство*.

Вторичная номинация Э. Тутберидзе в оппозиционных медиа трансформируется в

негативную в контексте: *«Замечательный тренер в своем стремлении достичь невозможного поставила на поток подготовку девочек-рекордсменок на один олимпийский цикл, в зависимости от отношения восхищающих или ужасающих весь спортивный мир»* (НГ 10.02.2022), *«выдающийся тренер»* (ЭМ 10.02. 2022). «Конечно, вся эта развивающаяся на наших глазах драма – *удар по школе Этери Тутберидзе*, вокруг которой кипят страсти и без олимпийского скандала» (НГ 14.02.2022). «Феномен тренера Тутберидзе – *редкое мастерство огранки юного таланта или неприкрытая эксплуатация детей?»* (НГ 20.02.2022). «С тотальным превосходством *«чудо-девочек» Тутберидзе* в мировом женском одиночном катании придется распрощаться почти наверняка» (НГ 14.02.2022). Актуализирована критика тренерского стиля Э. Тутберидзе: *«Мороз по коже*. Глава МОК Томас Бах раскритиковал Этери Тутберидзе – тренера российской фигуристки Камилы Валиевой; Следуя за Камиллой Валиевой, или *Розги для Моцарта»* (НГ 14.02.2022).

Анализ семантики номинаций Э. Тутберидзе в оппозиционном медиадискурсе актуализирует семантическое поле со значением жестокого учителя, если не дрессировщика беззащитных детей, использующего их для личного успеха: *удар, эксплуатация, поток, цикл, огранка, розги, жестокость*. В семантическом поле номинаций субъекта Э. Тутберидзе в оппозиционных медиа метафорическая составляющая касается ее тренерского стиля: поставить производство 15-летних чемпионки на поток.

Вторичная номинация Олимпийской команды по фигурному катанию в проправительственных медиа представляет ее исключительно в позитивном ключе, хотя в одном из текстов «Комсомольской правды» использована метафора войны: *Гениальная Валиева, совершенная Щербакова и максималистка Трусова: у каждой нашей фигуристки на Олимпиаде своя война. И они в ней побеждают* (КП 15.02.2022); *настоящая королева олимпийского бала, счастливой Маргарите, олимпийская чемпионка* (РИА.02.2022).

Вторичная номинация олимпийской команды по фигурному катанию в оппозиционных российских медиа подтверждает сформулированную гипотезу о том, что в номинационных стратегиях этого корпуса текстов мы видим формируемый нарратив российской команды и шире – российского спорта как бездушной машины, использующей совсем юных людей для спортивных побед, не гнушаясь ничем, даже допингом, чтобы дальше эти победы использовать в политических или личных целях: три наши *юные фигуристки*. *«Слезы двух подростков – цена, которую они платят за торжество взрослых»* (НГ 20.02.2022). *«Психическая атака и психотравмы как приём спортивных санкций и психотехнологий»* (ЭМ 10.02.2022). *«У нас даже при абсолютной доказанности того или иного случая виноват или проклятый Запад, или ВАДА, или неизвестно кто»* (НГ 14.02.2022).

Инцидент с допинг-скандалом получил политическую медиатизацию и втянул в медиатизационную воронку всех субъектов, имеющих прямое или косвенное отношение к инциденту: Олимпийский комитет России, руководство российского спорта: спортивный мир, чиновники: WADA: *ответственность за задержку информации*

по Валиевой лежит на РУСАДА (РИА 18.02.2022); WADA назвало решение CAS по делу фигуристки Валиевой нарушением антидопингового кодекса (КП 18.02.2022); *CAS не убедили объяснения WADA о задержке проверки допинг-пробы Валиевой* (КП 18.02.2022).

В сравнении номинаций проправительственных и оппозиционных медиа прослеживается метафорика противостояния и войны: В проправительственных медиа актуализированы метафоры войны и борьбы, победы: *бойцы, стройные ряды, торжество, атака, травмы*. Но если базовый нарратив провластных медиа: Камилла – жертва коллективного заговора против России, то в оппозиционных медиа базовым нарративом является обвинительный нарратив – в скандале виновата российская сторона: *Кто подставил Камилу Валиеву?* (ЭМ12.02.2022).

Руководство России, президент, Россия в целом, МОК, другие спортсмены, антидопинговые службы, ВАДА, США, американцы, недоброжелатели России из других команд вторично не номинируются в медиатекстах ни в проправительственных, ни в оппозиционных медиа, все перечисленные субъекты в медиатекстах представлены в семантике факта и не репрезентированы ни метафорой, ни парафразой.

Обсуждение результатов

Основные гипотезы исследования нашли свое подтверждение. Спортивный по своей сущности инцидент – заявление антидопингового агентства о наличии положительной допинговой пробы у одной из участниц соревнований в российском медиадискурсе прошел цикл политической медиатизации и превратился в политически значимый информационный повод. При этом агентами политической медиатизации, как и следует из современных медиатизационных концепций, выступили массмедиа, принадлежащие разным областям политического спектра.

Как провластные, так и оппозиционные массмедиа в ходе медиатизации воспользовались рассматриваемым спортивным инцидентом для реализации своих стратегий политической коммуникации и продвижения близких им ценностей.

При всем различии продвигаемых политических ценностей, представители масс-медиа противостоящих лагерей для реализации своих коммуникативных стратегий политической медиатизации активно использовали инструментарий вторичных номинаций акторов, прямо или косвенно вовлеченных в рассматриваемый инцидент – самой юной спортсменки, тренерского штаба, спортивных чиновников.

Российские медиа, ориентирующиеся на патриотические ценности и поддержку политического курса органов государственной власти РФ, обозначали инцидент как прямую провокацию противников России не только против конкретной спортсменки, но и против более фундаментальных субъектов – российского спорта и России в целом. По отношению к Камилле Валиевой используемые номинационные стратегии формировали ее образ как талантливой юной российской спортсменки, виртуоза фигурного катания, патриота своей страны, ставшей жертвой провокации врагов России и жертвой несправедливости. В рамках проправительственного корпуса текстов не выявлено дискурсивных единиц, ставящих под сомнение невинность и чистоту спортсменки.

Российские медиа, представляющие оппозиционную часть политического спектра или позиционирующие себя как независимые, а по факту, стоящие на критических по отношению к институтам власти позициях, через свои номинационные стратегии предлагали иную нарративную интерпретацию инцидента. В рамках этого нарративного трека Камилла Валиева номинируется как совсем юная талантливая спортсменка, несовершеннолетний тинэйджер, которую жестко «дрессируют» тренеры и которая является жертвой эксплуатации и амбиций спортивных чиновников

С другой стороны, «независимые» /оппозиционные медиа через свои номинационные стратегии формируют восприятие инцидента как порождения порочной системы управления российским спортом. При этом сама спортсменка номинируется как жертва этой системы, а в качестве «сил зла», ответственных за инцидент, номинируются «коррупцированные и неквалифицированные» спортивные чиновники. При этом оппозиционный нарратив вполне допускает наличие допинга в пробах фигуристки и возлагает ответственность за это на руководство российской команды.

Также по-разному номинируется тренерский штаб российской команды, и, в частности, тренер Э. Тутберидзе. Если в проправительственной подвыборке она номинируется как выдающийся тренер, отличный профессионал, творец чемпионов, то в оппозиционной она – жесткий диктатор, муштрующий своих воспитанниц, не испытывающая к ним жалости и сострадания.

Выводы

На основании проведенного исследования подтвердилась гипотеза о том, что номинационные стратегии проправительственных и оппозиционных медиа посредством вторичных номинаций в публикуемых текстах сформировали две разных интерпретации одного и того же спортивного инцидента, что свидетельствует об обострении когнитивного противостояния России и коллективного Запада в тревожных политических условиях середины февраля 2022 года. Как показала последовавшая за проведенным исследованием практика сравнительного анализа позиционирования СВО в российских и западных массмедиа, интерпретация новой повестки образовала коммуникативные ножницы, формируемые дихотомическими нарративами Добра и Зла. Однако в новых условиях после февраля 2022 года описанная в статье ситуация с К. Валиевой стала предтечей, своеобразным предвестником войны нарративов, которая имела место еще до начала военного противостояния, ее образной метафорой, что подтверждает еще раз тезис о том, что спортивная борьба приняла смысл военной метафоры. В создавшихся условиях, используя те же инструменты воздействия, российские оппозиционные медиа заняли явную прозападную сторону и в своих речевых стратегиях использовали укладывающиеся в западный идеологический дискурс базовые нарративы Добра и Зла, сформированные по отношению к акторам, вовлеченным в инцидент вокруг Камиллы Валиевой. Со своей стороны провластные медиа в качестве сил зла, устроивших провокацию России, представляют «обобщенного Чужого», под контролем которого в рамках этого нарратива находятся государственные и спортивные представители стран коллективного Запада и США. То есть в рассматриваемом кейсе обнажилась поляризация транслируемых аудиториям ценностных нарративов,

которые, как и следовало ожидать, транспонируют спортивный инцидент в политическую плоскость. Тезис о траектории политической медиатизации неполитического инцидента также получил свое подтверждение.

Таким образом актуализируется ценностная дихотомия: одни и те же ценностные нарративы и семантические поля вводимых метафорических номинаций вовлеченных в инцидент субъектов могут использоваться в качестве инструмента воздействия в когнитивном противостоянии, обретающим явный пропагандистский крен с обеих сторон.

Список литературы

1. Гавра Д. П., Быкова Е. В. «Медиатизация и демедиатизация в цифровой среде: кейс консервативного манифеста К. Богомолова «Похищение Европы 2.0.» // Вестник Московского университета Серия 10: Журналистика. 2022. № 3. – С. 60–86.
2. Gavra D.P., Dekalov V.V. Networked Society And Its New Power Actors: Critical Analysis Of Hardware, Software, And Communicative Level Of Digital Space Proceedings of the 2019 IEEE Communication Strategies in Digital Society Seminar, ComSDS 2019. 2019. – С. 70–75.
3. Gerald R. Gems (1999) Sports, war, and ideological imperialism, *Peace Review*, 11:4, 573–578, DOI: 10.1080/10402659908426309 Chapter «Patriotism in sports and in war» By Paul Gomberg Book Values in Sport Edition 1st Edition First Published 2000 Imprint Taylor & Francis ISBN 9780203184691
4. Philip A. D'agati (2018) Surrogate war: politics of conflict in sports and space, *International Journal of Sport Policy and Politics*, 10:3, 451–467, DOI: 10.1080/19406940.2017.1410208
5. Ørnulf Seippel, Håvard B. Dalen, Morten R. Sandvik & Gerd Marie Solstad (2018) From political sports to sports politics: on political mobilization of sports issues, *International Journal of Sport Policy and Politics*, 10:4, 669–686, DOI: 10.1080/19406940.2018.1501404
6. Jacques Defrance & Jean Marc Chamot (2008) The voice of sport: Expressing a foreign policy through a silent cultural activity: The case of sport in French foreign policy after the Second World War, *Sport in Society*, 11:4, 395–413, DOI: 10.1080/17430430802019342
7. Sports Fandom and Political Attitudes Get access Arrow // Emily A Thorson, Michael Serazio *Public Opinion Quarterly*, Volume 82, Issue 2, Summer 2018, Pages 391–403, <https://doi.org/10.1093/poq/nfy018>
8. Armstrong, G. and Giulianotti, R. (eds) (2001) *Fear and loathing in world football*. Oxford: Berg.
9. Brown, K. M. and Brown, S.M. (2022), «Social Media and Politics in Sport», Sanderson, J. (Ed.) *Sport, Social Media, and Digital Technology (Research in the*

- Sociology of Sport, Vol. 15), Emerald Publishing Limited, Bingley, pp. 145–163. <https://doi.org/10.1108/S1476-285420220000015018>
10. Hjarvard S. (2008) The mediatization of society. A theory of the media as agents of social and cultural change // *Nordicom Review*. Vol. 29 No. 2. – Pp. 105–134/
 11. Hjarvard S. (2012) Three forms of mediatized religion. Changing the public face of religion // *Medialization and religion: Nordic perspectives* / Ed. by M. Lövheim, S. Hjarvard. Göteborg: Nordicom. – Pp. 21–43.
 12. Клушина Н. И. Стратегия именованной воздействующей речи // *Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика*. 2006. №5. – С. 49–65.
 13. Чеснокова О. С. Семиотика имен собственных в испанском и русском новостных дискурсах // *Личность в контексте процессов глобализации: Общество, язык, информация*. М.: Изд-во РУДН, 2008. – С. 122–12.
 14. Журавлев А. Ф. Технические возможности русского языка в области предметной номинации // *Способы номинации в современном русском языке* / Под ред. Д.Н. Шмелева. – М.: Наука, 1982. С. 45–109.
 15. Гак В. Г. Повторная номинация и ее стилистическое использование // *Вопросы французской филологии*. – М.: МГПИ, 1972. – Вып. I. – С. 120–127.
 16. Ягафарова Г. Н. Основные ономазиологические понятия // *Вестник ЧелГУ*. 2010. №13. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-onomasiologicheskie-ponyatiya> (дата обращения: 27.07.2022, с. 173
 17. Телия В. Н. Вторичная номинация и ее виды (Текст) / В.Н. Телия// *Языковая номинация. Виды наименований* / отв.ред. Б.А. Серебренников, А.А. Уфимцева. – М.: Наука, 1977. – С.129–222.
 18. Рут М. Э. Образная номинация в русском языке. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 1992.
 19. Сетаров Р. Д. Метафорическая номинация в национальном языковом сознании // *Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика*. – 2005. - №2. – С. 92–98.
 20. Ахманова А. А. Словарь лингвистических терминов. – М.: Сов. Энциклопедия, 1966.
 21. Paul G. *Principy istorii yazyka* [Principles of the History of Language]. Moscow, Izdatel'stvo inostrannoy literatury. 1960, 501. – p. 6
 22. Косых, Е. А. Русская ономазиология [Электронный ресурс] / Е.А. Косых: учебное пособие. – Барнаул: АлтГПУ, 2016.
 23. Серль Дж. Метафора // *Теория метафоры*. – М., 1990
 24. Блэк М. Метафора // *Теория метафоры*. – М., 1990
 25. Арутюнова Н. Д. Метафора и дискурс // *Теория метафоры*. – М., 1990
 26. Лакофф Д., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем // *Теория метафоры*. – М., 1990.
 27. Чудинов А. П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991–2000). – Екатеринбург, 2001
 28. Будаев Э. В., Чудинов А. П. Зарубежная политическая метафорология, Екате-

ринбург – 2008.

29. Белт Т. Газетные метафоры и политическое убеждение: экспериментальное исследование // Политическая лингвистика 3(23)'2007. – С. 10–19.

Сведения об авторах

Быкова Елена Владимировна – доктор филологических наук, профессор, Санкт-Петербургский государственный университет

E-mail: e.bykova@spbu.ru

Гавра Дмитрий Петрович – доктор социологических наук, профессор, Санкт-Петербургский государственный университет

E-mail: d.gavra@spbu.ru

E. V. Bykova, D. P. Gavra

POLITICIZED SPORTS INCIDENT NOMINATING STRATEGIES OF INVOLVED MEDIAACTORS

Abstract: *The paper considers the mediatization trajectory of the sports incident at the Beijing 2022 Olympics regarding the doping test of the Russian figure skater Kamilla Valieva. Antagonistic groups of nominative media strategies are identified within the framework of long-term communication strategies of political and sports actors. The empirical base is media texts, representatives of different sides of the political spectrum of modern Russia. The authors prove that in the conditions of political confrontation, the nomination strategies of a non-political incident create political mediatization.*

Keywords: *nomination, nomination media strategy, mediatization, sports incident, politicization, Kamilla Valieva.*

References

1. Gavra D. P., Bykova E. V. «Mediatizatsiia i demediatizatsiia v tsifrovoi srede: keis konservativnogo manifesta K. Bogomolova «Pokhishchenie Evropy 2.0.» // Vestnik Moskovskogo universiteta Seriiâ 10: Zhurnalistika. 2022. № 3. – S. 60–86.
2. Gavra D. P., Dekalov V. V. Networked Society And Its New Power Actors: Critical Analysis Of Hardware, Software, And Communicative Level Of Digital Space Proceedings of the 2019 IEEE Communication Strategies in Digital Society Seminar, ComSDS 2019. 2019. – С. 70–75.
3. Gerald R. Gems (1999) Sports, war, and ideological imperialism, Peace Review, 11:4, 573-578, DOI: 10.1080/10402659908426309 Chapter «Patriotism in sports and in war» By Paul Gomberg Book Values in Sport Edition 1st Edition First Published 2000

- Imprint Taylor & Francis ISBN 9780203184691
4. Philip A. D'agati (2018) Surrogate war: politics of conflict in sports and space, *International Journal of Sport Policy and Politics*, 10:3, 451–467, DOI: 10.1080/19406940.2017.1410208
 5. Ørnulf Seippel, Håvard B. Dalen, Morten R. Sandvik & Gerd Marie Solstad (2018) From political sports to sports politics: on political mobilization of sports issues, *International Journal of Sport Policy and Politics*, 10:4, 669–686, DOI: 10.1080/19406940.2018.1501404
 6. Jacques Defrance & Jean Marc Chamot (2008) The voice of sport: Expressing a foreign policy through a silent cultural activity: The case of sport in French foreign policy after the Second World War, *Sport in Society*, 11:4, 395–413, DOI: 10.1080/17430430802019342
 7. Sports Fandom and Political Attitudes Get access Arrow // Emily A Thorson, Michael Serazio *Public Opinion Quarterly*, Volume 82, Issue 2, Summer 2018, Pages 391–403, <https://doi.org/10.1093/poq/nfy018>
 8. Armstrong G. and Giulianotti, R. (eds) (2001) *Fear and loathing in world football*. Oxford: Berg.
 9. Brown K. M. and Brown, S.M. (2022), «Social Media and Politics in Sport», Sanderson, J. (Ed.) *Sport, Social Media, and Digital Technology (Research in the Sociology of Sport, Vol. 15)*, Emerald Publishing Limited, Bingley, pp. 145–163. <https://doi.org/10.1108/S1476-285420220000015018>
 10. Hjarvard S. (2008) The mediatization of society. A theory of the media as agents of social and cultural change // *Nordicom Review*. Vol. 29 No. 2. – Pp. 105–134/
 11. Hjarvard S. (2012) Three forms of mediatized religion. Changing the public face of religion // *Medialization and religion: Nordic perspectives* / Ed. by M. Lövheim, S. Hjarvard. Göteborg: Nordicom. – Pp. 21–43.
 12. Klushina N. I. Strategiya imenovaniya vozdeystvuyushhej rechi [Impact speech naming strategy] *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10. Zhurnalistika*. 2006. №5. – S. 49–65.
 13. Chesnokova O. S. Semiotika imen sobstvenny`x v ispanskom i russkom novostny`x diskursax [Semiotics of proper names in Spanish and Russian news discourses] *Lichnost` v kontekste processov globalizacii: Obshhestvo, yazy`k, informaciya*. M.: Izd-vo RUDN, 2008. – S. 122–12.
 14. Zhuravlev A. F. Texnicheskie vozmozhnosti russkogo yazy`ka v oblasti predmetnoj nominacii [Technical capabilities of the Russian language in the field of subject nomination] *Sposoby` nominacii v sovremennom russkom yazy`ke* / Pod red. D.N. Shmeleva. M.: Nauka, 1982. – S. 45–109.
 15. Gak V. G. Povtornaya nominaciya i ee stilisticheskoe ispol`zovanie // *Voprosy` francuzskoj filologii*. [Repeated nomination and its stylistic use. Questions of French Philology] M.: MGPI, 1972. – Vy`p. I. – C. 120–127.
 16. Yagafarova G. N. Osnovny`e onomasiologicheskie ponyatiya [Basic onomasiological concepts] *Vestnik ChelGU*. 2010. №13. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/>

- osnovnye-onomasiologicheskie-ponyatiya (data obrashheniya: 27.07.2022. – s. 173.
17. Teliya V. N. Vtorichnaya nominaciya i ee vidy` (Tekst) [Secondary nomination and its types] V.N. Teliya// Yazy`kovaya nominaciya. Vidy` naimenovanij / otv.red. B.A. Serebrennikov, A.A. Ufimceva. – M.: Nauka, 1977. – S.129 – 222.
 18. Rut M. E`. Obraznaya nominaciya v russkom yazy`ke. [Figurative nomination in Russian] Ekaterinburg: Izd-vo Ural. un-ta, 1992.
 19. Setarov R. D. Metaforicheskaya nominaciya v nacional`nom yazy`kovom soznanii [Metaphorical nomination in the national language consciousness] Vestnik VGU. Seriya: Filologiya. Zhurnalistika. – 2005. – №2. – S. 92–98.
 20. Axmanova A. A. Slovar` lingvisticheskix terminov [Dictionary of linguistic terms] M.: Sov. E`nciklopediya, 1966.
 21. Paul G. Principy istorii yazyka [Principles of the History of Language]. Moscow, Izdatel`stvo inostrannoy literatury1960, 501. – p. 6
 22. Kosy`x E. A. Russkaya onomasiologiya [Russian onomasiology] / E.A. Kosy`x: uchebnoe posobie. – Barnaul: AltGPU, 2016.
 23. Serl` Dzh. Metafora // Teoriya metafory`. – M., 1990
 24. Ble`k M. Metafora // Teoriya metafory`. – M., 1990
 25. Arutyunova N. D. Metafora i diskurs [Metaphor and discourse] Teoriya metafory. – M., 1990
 26. Lakoff D., Dzhonson M. Metafory`, kotory` mi my` zhivem // Teoriya metafory. – M., 1990
 27. Chudinov A. P. Rossiya v metaforicheskom zerkale: kognitivnoe issledovanie politicheskoy metafory` (1991–2000). – Ekaterinburg, 2001.
 28. Budaev E`. V., Chudinov A. P. Zarubezhnaya politicheskaya metaforologiya [Foreign political metaphorology] Ekaterinburg – 2008.
 29. Belt T. Gazetny`e metafory` i politicheskoe ubezhdenie: e`ksperimental`noe issledovanie Politicheskaya lingvistika. 10–19.

Bykova Elena Vladimirovna – Doctor of Philology, Professor Saint Petersburg state University, Saint Petersburg

E-mail: e.bykova@spbu.ru

Gavra Dmitriy Petrovich – Doctor of Sociological Sciences, Professor Saint Petersburg state University, Saint Petersburg

E-mail: d.gavra@spbu.ru