

Лингвистические особенности дискурса футбольных Telegram-каналов

Научный руководитель – Мудрик Светлана Владимировна

Козлов Иван Сергеевич

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра телевидения и радиовещания, Москва, Россия

E-mail: ivan-kozlov2003@mail.ru

В последние годы социальные медиа стали важным инструментом для распространения спортивного контента: в частности, telegram-каналы играют ключевую роль в формировании спортивного дискурса. Суть спортивной медиакоммуникации состоит в донесении событий мира спорта до потребителей спортивной информации, что позволяет, в свою очередь, поддерживать состязательную компоненту [1]. Лингвистические особенности обозначенных выше каналов представляют интерес для исследователей, так как они влияют на восприятие спортивных событий и отражают специфику коммуникации между авторами каналов и их аудиторией.

В рамках настоящего исследования был проведен анализ контента 5 самых популярных каналов о футболе на платформе Telegram: «GOAL24» (401191 подписчиков), «Футбольный транслятор» (352312 подписчиков), «МАТЧ ПРЕМЬЕР» (285011 подписчиков), «Real Madrid CF | Реал Мадрид» (270249 подписчиков), «2DROTS» (248943 подписчиков). [2]. Нами было проанализировано 18853 публикаций за период с 1 августа 2024 года по 1 марта 2025.

Футбольные telegram-каналы за счет уникального стиля общения и использования специфических языковых приемов привлекают новую аудиторию и расширяют охват. К лингвистическим особенностям, присущим данным каналам, можно отнести сленг, разговорный стиль и эмоциональные выражения — все это повышает лояльность аудитории и делает контент более понятным, «близким» для подписчиков.

Обратимся к конкретным примерам.

Канал «2DROTS» выделяется активным использованием разговорной лексики, что делает контент более доступным и близким для аудитории. Например, в постах часто встречаются выражения вроде:

- "Традиционная заруба. . ."
- "Вся банда в сборе!"

Такой стиль позволяет авторам быстрее установить эмоциональный контакт с подписчиками, создавая атмосферу неформального, братского общения. Кроме того, формат Медиалиги, в рамках которого существует канал, предполагает менее официальный контент, иногда с использованием ненормативной лексики. Подобные выражения подчеркивают эмоциональность и экспрессивность, что характерно для такой аудитории.

Другой пример: Канал «Real Madrid CF | Реал Мадрид» выстроен вокруг эмоциональных посылов, что обусловлено его ориентацией на фанбазу клуба. Здесь часто используются восклицательные предложения, риторические вопросы и яркие эпитеты, чтобы подчеркнуть значимость событий:

- "ГООООООООООООООООООЛ БРАИМ!!!! Мбаппе Менди Браим, Блистательный розыгрыш!"
- "В этом сезоне Лука Модрич набрал уже 10 очков по системе гол+пас. С каждым годом все лучше"

Такой стиль позволяет поддерживать высокий уровень вовлеченности аудитории, которая разделяет любовь к клубу и готова эмоционально реагировать на каждое событие.

В отличие от предыдущих каналов, «GOAL24» придерживается более юмористический стиль. Здесь преобладают различные текстовые, а также фото и видео материалы, рассказывающие о различных футбольных событиях с юмором:

- "«ТОТТЕНХЭМ» СИЛЬНЕЕ «МЮ»" - в битве претендентов на вылет в Чемпионшип сильнее оказался лондонский клуб!"
- "Если жена Пепа при разводе с ним отсудила половину его имущества, то у нее сейчас на 3 титула АПЛ больше, чем у Джеррарда"

Следует отметить, что создание и поддержание уникального лингвистического стиля требует определенных ресурсов, как творческих, так и временных. Необходимо обеспечить высокое качество контента, а также наличие квалифицированных авторов, которые смогут эффективно взаимодействовать с аудиторией и создавать интересный, запоминающийся текст. Кроме того, важно помнить о рисках, связанных с использованием специфического языка, таких как возможное недопонимание со стороны части аудитории или негативные комментарии от тех, кто предпочитает более формальный стиль общения.

Источники и литература

- 1) Данилова М.Н. Спорт как медиакоммуникационный феномен. Вопросы теории и практики журналистики. — 2018. — Т. 7, № 3. — С. 519-538. DOI 10.17150/2308-6203.2018.7 (3).519-538.
- 2) Статистика российских Telegram-каналов про футбол: <https://tgstat.ru/tag/football>
- 3) Михайлов А. В., Казаков Д. А. Продвижение медийной футбольной лиги России: анализ воздействия в социальных сетях // Российская школа связей с общественностью. 2024. DOI: 10.24412/2949-2513-2023-33-125-147