

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
МОРДОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМ. Н. П. ОГАРЁВА»

Факультет иностранных языков  
Кафедра английского языка для профессиональной коммуникации

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой

канд. филол. наук, доц.

 Л. В. Цыбина

20 декабря 2017 г.

**МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ**  
**ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА РЕЧЕВОГО МАНИПУЛИРОВАНИЯ**  
**В ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЙ СТАТЬЕ**  
**АНГЛОЯЗЫЧНОГО СПОРТИВНОГО ДИСКУРСА**

Автор магистерской работы  20.12.2017 Г. В. Лещенко

Обозначение магистерской работы МД-02069964-45.04.01-04-17

Направление 45.04.01 филология

Руководитель работы

канд. филол. наук, доц.



20.12.2017

Л. В. Цыбина

Нормоконтролер

ст. преп.



20.12.2017

И. И. Конькова

Рецензент

канд. филол. наук, доц.



20.12.2017

Л. Н. Кузнецова

Саранск

2017


ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
МОРДОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМ. Н. П. ОГАРЁВА»

Факультет иностранных языков  
Кафедра английского языка для профессиональной коммуникации

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой

канд. филол. наук, доц.

 Л. В. Цыбина

21 февраля 2017 г.

**ЗАДАНИЕ НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ РАБОТУ**

(в форме магистерской диссертации)

Студент Лещенко Галина Владимировна

1 Тема Языковые средства речевого манипулирования в информационно-аналитической статье англоязычного спортивного дискурса

Утверждена приказом № 1401-с от 21.02.2017 г.

2 Срок представления работы к защите 20.12.2017 г.

3 Исходные данные для научного исследования: научная и научно-методическая литература, аналитические тексты англоязычной прессы спортивной тематики

4 Содержание выпускной квалификационной работы

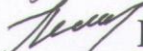
4.1 Теоретические основы исследования средств речевого манипулирования в англоязычном спортивном дискурсе

4.2 Средства и приемы речевого манипулирования в англоязычном спортивном дискурсе

Руководитель работы

21.02.2017  Л.В. Цыбина

Задание принял к исполнению

21.02.2017  Г.В. Лещенко

## РЕФЕРАТ

Магистерская диссертация содержит 112 страниц, 63 использованных источника, 67 источников-примеров.

СПОРТИВНЫЙ ДИСКУРС, ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ СПОРТИВНАЯ СТАТЬЯ, АНГЛОЯЗЫЧНАЯ ПРЕССА, СМИ, РЕЧЕВОЕ МАНИПУЛИРОВАНИЕ.

Объектом исследования является речевое манипулирование в англоязычных информационно-аналитических спортивных статьях.

Цель работы – изучение стилистических приемов и языковых особенностей речевого воздействия в англоязычном газетном спортивном дискурсе.

Методы исследования: анализ специальной теоретической литературы отечественных и зарубежных авторов по вопросам, связанным с темой исследования, метод словарных дефиниций, сплошной выборки, лингвистического описания, контекстологический и функциональный анализ, метод количественного подсчета.

В процессе работы было проанализировано 67 спортивных информационно-аналитических статей наиболее популярных английских и американских газет.

В результате исследования были рассмотрены основные способы реализации приемов речевого манипулирования посредством использования языковых средств. Были проанализированы лингвистические особенности спортивных текстов на лексическом, синтаксическом, и фонографическом уровнях, выявлены наиболее типичные случаи их употребления в процессе манипуляции и определена их функциональная значимость.

Степень внедрения: частичная.

Область применения: в качестве основы при изучении англоязычного спортивного и медиа-дискурса, языкознания и лексикологии. Помимо этого, материалы могут быть использованы на занятиях по лексикологии, теории и практике перевода, стилистике.

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
1 Теоретические основы исследования средств речевого манипулирования в англоязычном спортивном дискурсе	10
1.1 Понятие дискурса в современной лингвистике	10
1.2 Спортивный дискурс и его основные характеристики	17
1.3 Спортивные статьи в современном информационном пространстве	24
1.4 Феномен речевого манипулирования в спортивном дискурсе	35
2 Средства и приемы речевого манипулирования в англоязычном спортивном дискурсе	46
2.1 Стилистические приемы речевого манипулирования	47
2.2 Лексические единицы в реализации манипулирования	69
2.3. Фонографические средства речевого манипулирования	84
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	93
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	98
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ-ПРИМЕРОВ	104

## ВВЕДЕНИЕ

Данная работа посвящена исследованию средств речевого манипулирования в статьях англоязычного спортивного дискурса.

За последнее время большое количество работ было посвящено самым разнообразным аспектам понятия «дискурс». Данный феномен вызывает интерес ученых в разных областях филологического знания и продолжает сохранять свою актуальность. Дискурс является не только новой единицей анализа, но и новым подходом, новым взглядом на языковые явления. Дискурс и дискурсивный анализ стали предметом пристального внимания ученых тогда когда текст как предмет, объект и единица анализа был изучен обстоятельно и полно. Дискурсивный анализ связан с выходом лингвистики текста в межтекстовое пространство с привлечением экстралингвистического аспекта речи. Дискурсивная практика позволяет эксплицировать мысли говорящего, донести их до собеседника и, тем самым, породить новую действительность, происходит влияние дискурса на сознание и мироощущение человека, его становление как личность. Одной из разновидностей дискурса, активно влияющего на человеческое сознание, эмоциональный фон и даже его физическое состояние, является спортивный дискурс. Данный вид дискурса оказывает влияние на общественность на самых различных уровнях, производя воспитательный, общеобразовательный, развлекательный эффект, осуществляя эмоциональное и эстетическое воздействие. Помимо этого, спортивный дискурс является мощным источником пропаганды самых различных явлений, позволяющих объединить людей или разобщить их, породить и поддерживать стереотипы, формировать социальную оценку и влиять на международные отношения. Такого рода взаимодействие осуществляется, как открыто, так и в скрытой форме в зависимости от поставленных задач и выбранных техник.

Манипулятивное воздействие на аудиторию в большинстве случаев основывается на использовании языковых средств и является одним из наиболее эффективных методов влияния на общественное сознание и

восприятие. Большинство существующих манипулятивных техник, так или иначе, связаны с использованием средств языка и умелым их оперированием для достижения поставленных целей. В связи с этим, в данной работе анализируются языковые особенности речевого манипулирования и использование стилистических приемов с целью воздействия на адресата.

**Актуальность** данного исследования обусловлена несомненной ролью манипулятивного воздействия в современном мире и недостаточной изученностью многих его аспектов. В большинстве работ, посвященных манипуляции массовым сознанием, анализируются технологии, стратегии и тактики воздействия, рассматриваются варианты психологической защиты (Р. Дилтс, О. Л. Михелева, Р. Харрис), в то время как на периферии исследований оказывается роль языковых средств, которые являются основными для реализации манипуляции в сфере массовой коммуникации. Немаловажным фактором, обуславливающим актуальность проблематики исследования, является практически полное отсутствие работ, посвященных использованию средств языкового манипулирования в спортивном дискурсе, несмотря на значимость спорта как социального феномена и довольно широкий спектр лингвистических средств, обладающих значительным манипулятивным потенциалом, которые используются в этом типе дискурса.

**Научная новизна** работы определяется комплексным подходом к исследованию лингвистических средств в спортивном дискурсе в процессе речевого манипулирования. Впервые были подробно изучены фонографические, лексические, синтаксические и стилистические аспекты речевого манипулирования в спортивном дискурсе.

**Объектом исследования** является речевое манипулирование, осуществляемое в англоязычных информационно-аналитических спортивных статьях.

**Предмет исследования** – языковые средства речевого манипулирования в спортивном дискурсе.

**Гипотеза:** в информационно-аналитических спортивных текстах активно

используются стилистические приемы и языковые средства, применяемые для реализации речевого манипулирования, которые влияют на процесс формирования социальной оценки у читателя.

**Цель** исследования состоит в изучении стилистических приемов, лексических и фонографических средств речевого воздействия в англоязычном спортивном дискурсе.

Достижение поставленной цели связано с решением следующих **задач**:

- рассмотреть понятие дискурса и выявить основные характеристики, присущие информационно-аналитической спортивной статье как разновидности спортивного дискурса;

- проанализировать публицистические аналитические материалы спортивной тематики с целью выявления языковых средств речевого манипулирования;

- изучить особенности использования стилистических приемов, которые оказывают необходимое манипулятивное воздействие в тексте англоязычной спортивной информационно-аналитической статьи и выделить их основные функции;

- охарактеризовать основные лексические и синтаксические приемы, используемые в спортивных текстах англоязычной прессы для оказания скрытого воздействия на читателя;

- выявить лексико-семантические особенности англоязычного спортивного текста аналитической направленности, определить их роль в осуществлении языковой манипуляции;

- рассмотреть используемые приемы манипулирования на фонографическом уровне и выявить их место в англоязычном спортивном дискурсе.

**Теоретическую базу** работы составили труды в области исследования дискурса (Т. ван Дейк, М. Р. Желтухина, В. И. Карасик, П. Б. Паршин, Э. Бенвенист, Р. Е. Гудин, Л. В. Цыбина и др.), спортивного дискурса (Е. Г. Малышева, Б. А. Зильберт, А. Б. Зильберт., А. А. Трубченинова, Н. Блейн, Р.

Бойл и др.), работы по речевому манипулированию, а так же проблемам оценки и речевого воздействия в СМИ (Г. А. Копнина, М. Н. Ковешникова, П. Б. Паршин, А. Н. Баранов, О. Н. Быкова, Е. В. Денисюк, Р. Дилтс, Е. Доценко, М. Р. Желтухина, О. Л. Михалева, А. А. Нефедова, А. А. Сорокина и др.).

**Фактическим материалом исследования** стали тексты 67 англоязычных информационно-аналитических статей спортивной тематики таких известных газет, как “The Economist”, “The Guardian”, “The New York Times”, “The Telegraph” и специализированных изданий (“Sports Hub”, “Tmz Sports”, “Sportsing News” и др.).

**Теоретическая значимость** заключается в том, что данная работа расширяет представление о роли языковых средств в осуществлении процесса манипулирования массовым сознанием в спортивном дискурсе и способствует углублению знаний о природе средств массовой коммуникации.

**Практическая ценность** исследования состоит в том, что оно может быть использовано при написании спортивных статей и проведении анализа текстов спортивного дискурса, при чтении курсов по лексикологии и стилистике английского языка, а также теории речевого воздействия.

**Апробация работы.** Основные результаты исследования отражены в трех научных статьях, две из которых приняты к печати в рецензируемые научные журналы, рекомендуемые высшей аттестационной комиссией, одна статья опубликована в электронном периодическом издании «Огарев-online».

**Структура** работы отражает основные этапы исследования и включает в себя введение, два раздела, заключение, список использованных источников и список источников-примеров.

**Первый раздел** «Теоретические основы исследования средств речевого манипулирования в спортивном дискурсе» состоит из четырех параграфов, в каждом из которых освещаются основные теоретические вопросы изучения языковых средств речевого манипулирования в спортивном дискурсе.

**Второй раздел** «Средства и приемы речевого манипулирования в англоязычном спортивном дискурсе», содержащий результаты исследования,



включает три параграфа. В нем рассматриваются лексические единицы, стилистические приемы и фонографические средства используемые при речевом манипулировании в спортивном дискурсе.

**В заключении** подводятся итоги изучения языковых средств речевого манипулирования в спортивном дискурсе, обозначаются возможные направления дальнейшего исследования в области заявленной проблематики.

**Список использованных источников** включает 63 наименования работ отечественных и зарубежных авторов. Список источников примеров содержит 67 информационно-аналитических статей.

# **1 Теоретические основы исследования средств речевого манипулирования в англоязычном спортивном дискурсе**

## **1.1 Понятие дискурса в современной лингвистике**

В условиях преобладания антропоцентрической парадигмы развитие современных методов и принципов лингвистических исследований базируется преимущественно на таких понятиях, как дискурс и дискурс-анализ. В связи с этим довольно большое количество актуальных лингвистических изысканий так или иначе пересекаются с данными категориями, при этом дискурс и дискурс-анализ являются объектом изучения не только лингвистов, но и представителей других самых разнообразных отраслей науки. Каждой отрасли человеческой жизнедеятельности присущ свой тип дискурса. Такое разнообразие подходов привело к затруднениям в выделении универсального общепризнанного определения данного термина, поэтому оно также разнопланово, как понятия «язык», «культура», «социум».

Период распространения среди гуманитарных наук термина «дискурс» приходится на 1960-1970 гг., однако его широкое применение в лингвистике относится к более позднему периоду. В современной лингвистике общепринятого четкого определения данного понятия не существует, поскольку оно может трактоваться и как речь, и как текст, и как высказывание в зависимости от научной школы, занимающейся его исследованием. Само слово «дискурс» французского происхождения и в общих чертах представляет собой целенаправленное социальное действие, речь, погруженную в жизнь, «сложное единство языковой практики и экстралингвистических факторов» [7, с. 37]. Этот термин впервые был использован французским лингвистом Э. Бенвенистом, когда он работал над теорией высказывания.

Дискурс-анализ, как междисциплинарное направление, появилось в 1970-х годах, когда были опубликованы работы таких выдающихся лингвистов, как В. Десслер и Т. ван Дейк. Термин был предложен американским ученым З. Харрисом еще в 1952 г. [59, с. 1-30].

Представитель российской научной школы Т. А. Ширяева предлагает классифицировать все этапы развития теории дискурса с учетом целей, задач и методов исследования и выделяет следующие направления:

- лингвистическая школа, представители которой рассматривают дискурс, как третий член оппозиции язык-речь и исходят из развития и переосмысления классических определений таких понятий, как «речь», «текст» и «диалог» (основные представители З. Харрис, Э. Бенвенист, Н. Д. Арутюнова, С. И. Виноградова, Ю. Н. Караулов);

- семиотическая школа, рассматривающая дискурс через призму структуры и многоуровневости связей, возникающих между семиотически-нарративными структурами, преобразующимися в структуры дискурса (основные представители А. Грэймас, Ж. Курте, П. Анри);

- социальная школа, занимающаяся изучением социальной практики как совокупности высказываний, которые рассматриваются в их соотношении с различными сферами знания (М. Фуко, П. Рикер, П. Вейн);

- стилистическая школа, занимающаяся изучением дискурса через призму авторской интенции, авторского стиля, комбинации и трансформации сцепления структуры значения (Ж. Коке, П. де Манн, И. П. Ильин);

- идеалистическая школа, в рамках которой дискурс представлен как идеальная форма коммуникации, не привязанная к социальным аспектам (Ю. Хабермас);

- институциональная школа, занимающаяся изучением дискурса как результата связи, возникающей между языком, социальными взаимодействиями и иерархическими структурами (М. Пешё, В. И. Карасик);

- деятельная школа, рассматривающая дискурс в свете коммуникативной стратегии языка и его функций (В. И. Тюпа, Г. Н. Манаенко);

- когнитивная школа, в рамках которой ведется анализ способов и средств организации вербальных языковых и внеязыковых данных, посредством которых осуществляется обмен и передача языкового потока, а также концептуальных представлений самих пользователей языка (Е. С. Кубрякова, Т.

В. Милевская) [48, с. 50].

Данная классификация позволяет передать основные особенности существующих теорий исследования дискурса. Каждый из вышеперечисленных подходов рассматривает дискурс в зависимости от своей сферы интересов и плоскости научных изысканий, тем не менее следует отметить, что подобное разделение на школы и направления весьма условно, так как исследования некоторых ученых (например, В. И. Карасика) не ограничиваются рамками конкретного подхода.

К одним из наиболее ранних направлений можно отнести лингвистический и социальный подходы, это связано с тем, что первыми учеными, работавшими в данной области и посвятившими свои труды вопросам дискурса и дискурс-анализа, стали З. Харрис, Э. Бенвенист и М. Фуко, впервые выделившие данные понятия в отдельную категорию. Э. Бенвенист, рассматривая дискурс с точки зрения лингвистики, в своих работах проводил параллель между дискурсом и речью, во время которой говорящий передает свое отношение к аудитории и демонстрирует положение и статус, реципиент же при этом может быть «реальным или воображаемым, индивидуальным или коллективным» [3, с. 216]. Э. Бенвенист в своих изысканиях основывался на трудах Ф. де Соссюра и уделял особое внимание соотношению дихотомии «язык / речь» и понятию «дискурс».

Впервые идея рассматривать дискурс как основу социального взаимодействия встречается в трудах французского философа и культуролога М. Фуко. Он рассматривает дискурс как группу отдельных высказываний в их отношении к определенной дискурсивной формации и, тем самым, как фрагмент истории, присущий определенной социально-политической группе и эпохе. При этом в процессе соотношения высказываний с конкретными сферами человеческого знания, экстралингвистическим факторам придается гораздо большее значение, чем лингвистическим [37, с. 358]. В соответствии с концепцией М. Фуко под высказыванием стоит подразумевать не само словесное изречение, а некий элемент человеческого знания.

Учитывая разнообразие подходов к изучению данного понятия Т. ван Дейк, основоположник теории дискурс-анализа, дает обобщающее определение дискурса, описывая его как комплексное коммуникативное событие, происходящее в определенном временном и пространственном контексте между говорящим и слушающим. Само коммуникативное событие может иметь письменную или устную форму и включать в себя вербальные и невербальные компоненты. В узком смысле под дискурсом понимают его «вербальную составляющую коммуникативного действия и говорят о ней далее, как о «тексте» или «разговоре»» [6, с. 189].

Понятия дискурса, языка и текста очень тесно пересекаются друг с другом, поэтому важно правильно разграничить данные категории для более полной дифференциации термина «дискурс». Основоположники когнитивного подхода, например, Е. С. Кубрякова, рассматривают дискурс как одну из разновидностей когнитивного процесса, а текст – как статический объект, результат речевой деятельности, который при реализации получает определенную форму. При этом сторонники этого направления признают возможность отсутствия разницы между дискурсом и текстом, но лишь тогда, когда текст «попадает в текущее сознание воспринимающего его человека» [16, с.193].

В своих работах Е. С. Кубрякова и О. В. Александрова акцентируют внимание на спонтанности дискурса противопоставляя его тексту: «Под дискурсом следует иметь в виду именно когнитивный процесс, связанный с реальным речепроизводством, созданием речевого произведения, текст же является конечным результатом процесса речевой деятельности, выливающимся в определенную законченную форму» [17, с. 19]. В то же время А. Н. Кудлаева описывает дискурс как «результат речевого поведения, представляющий собой речь в классическом понимании Л. В. Щербы и обусловленный, как и вся речевая деятельность, совокупностью социокультурных и ситуативных факторов, влияющих на коммуникацию» [18, с. 33].

Таким образом, рассмотрев понятия текста и дискурса, можно сделать вывод о том, что первый является следствием дискурса и подлежит изучению в уже завершённом виде, как готовый продукт, тогда как сам дискурс рассматривается в конкретном режиме и времени. Выведение определения термина «дискурс» осуществляется в современной лингвистической литературе через призму категорий «речь» и «текст» и подвергается осмыслению только в неразрывной связи с ними. С точки зрения коммуникативного акта дискурс выступает в качестве промежуточного звена между вербальным обращением (речью) и конкретным текстом, зафиксированным в ходе коммуникации. В связи с этим большинство современных ученых лингвистов в своих трудах посвященных дискурсу основываются в частности на этих понятиях. Так, в «Лингвистическом энциклопедическом словаре» Н. Д. Арутюнова дает следующее определение: «Дискурс – это связный текст в совокупности с экстралингвистическими – прагматическими, социокультурными, психологическими факторами; текст, взятый в событийном аспекте; речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей и механизмах их сознания (когнитивных процессах)» [53, с. 136-137]. Другими словами, в данном определении автор оперирует классическими понятиями «текст» и «речь» для обозначения особенностей термина «дискурс».

В своих трудах В. И. Карасик подразделяет дискурс с точки зрения социолингвистики на две большие категории – лично ориентированный, когда основной акцент делается на личности продуцента и институциональный дискурс, когда продуцент выступает в роли представителя конкретного социального института [13, с. 193]. Для современного общества характерно выделение целого ряда разновидностей институционального дискурса в зависимости от типа общественного института в рамках которого он реализуется (политический, педагогический, рекламный, научный, спортивный и т. д.). Определение разновидности институционального дискурса происходит на основе двух главных признаков: цели и участников общения. Участниками

являются представители самого института, или же агенты, и те, кто к ним обращаются, клиенты (например, журналист - агент и читатель - клиент). О. Л. Михалева в своей работе дает следующее определение институционального дискурса: «институциональный дискурс – это система взаимодействия между различными общественными организациями, регулирующими коммуникативный процесс в профессиональной деятельности... Главенствующая роль отводится языку, выступающему в роли «института институтов» [23, с. 16].

С точки зрения институциональности и ситуационного контекста следует также обратить внимание на трактовку термина «дискурс», предложенную отечественным ученым-языковедом Г. Н. Манаенко, так как в данном определении раскрывается понятие дискурса в его взаимосвязи с речью, текстом и языком, а также уделяется внимание институциональной компоненте. В соответствии с данным определением дискурс представляется как «общепринятый тип речевого поведения субъекта в какой-либо сфере человеческой деятельности, детерминированный социально-историческими условиями, а также утвердившимися стереотипами организации и интерпретации текстов как компонентов, составляющих и отображающих его специфику» [21, с.153].

Н. Г. Манаенко разграничивает дискурс, речевую деятельность, текст и язык, обозначая дискурс как социально детерминированный способ реализации речевого воздействия, деятельность – как способ его осуществления, текст – форму реализации, а язык – его средство. В соответствии с предложенной теоретической моделью можно выделить внутренние и внешние составляющие дискурса, включающих в себя четыре компонента. К внешнему контексту речевого общения относятся сцена действия и участники. Сцена действия представляет собой среду, в которой происходит речевое общение, а также его причины, участники же являются субъектами речевого взаимодействия. Внутренний контекст включает в себя ментальную сферу участников общения и подразумевает под собой смысл и когнитивные аспекты речевого

взаимодействия. Еще одним, четвертым, компонентом дискурса является текст, «отвечающий на вопрос, как воплощается определенный тип речевого поведения в зависимости от «социально-исторической ткани» [21, с. 154]. Все эти выделенные компоненты позволяют под разными углами взглянуть на понятие дискурса и более полно раскрыть его сущность.

Говоря о субъективной составляющей, дискурс всегда включает в себя две категории участников: автора коммуникации и реципиента, что позволяет выявить некоторые общие черты между понятиями «дискурс» и «диалог», при этом следует учитывать, что в некоторых случаях роли рецептора и реципиента могут меняться, в тех же ситуациях, когда это невозможно, дискурс считается монологичным (например, ситуация «журналист – читатель»). Помимо этого, дискурс можно разделить на устный и письменный, при этом данные типы не обязательно существуют изолированно друг от друга, а также на современном этапе развития технологий можно выделить в отдельную категорию особый тип дискурса, основанный на электронной передаче информации.

Исходя из анализа рассмотренных выше лингвистических школ и направлений, следует отметить, что с точки зрения современного дискурс-анализа наиболее широко распространённой среди ученых является концепция, где дискурс рассматривается как сложное коммуникативное явление, при исследовании которого следует опираться на всю совокупность лингвистических и экстралингвистических факторов, а также уделять внимание в равной мере внешним признакам и внутреннему содержанию. Для формирования более полного представления о данном явлении необходимо проводить исследование феномена дискурса как с позиции когнитивных аспектов, так и учитывая его институциональную составляющую.

Суммируя накопленный опыт лингвистов, посвятивших свои труды этому вопросу, дискурс можно обозначить как сложное коммуникативное явление, обладающее характерными чертами, присущими продукту речи, обладающему однородными смысловыми компонентами, актуальностью (или, другими словами, уместностью), связью с определенным контекстом и принадлежащему



к определенному жанру, идеологии. С другой стороны, его можно связать с вербализованной деятельностью, возникшей на почве определенного культурного слоя, социальной общности, конкретного исторического периода.

Поскольку в данной работе рассматриваются статьи, принадлежащие к особой разновидности институционального дискурса – спортивному дискурсу, следует уделить особое внимание его модели построения и выделить основные характерные черты, что позволит наиболее эффективно провести анализ его письменной фиксации, а именно текстов информационно-аналитических англоязычных спортивных статей, являющихся объектом данного исследования.

## **1. 2 Спортивный дискурс и его основные характеристики**

Спортивные мероприятия и их освещение в прессе позволяют не только подогревать интерес к спорту и здоровому образу жизни, но и пробудить в людях чувство общности со своими соотечественниками, национальную идентичность, ощутить чувство гордости за свою страну. Сфера спортивной коммуникации включает в себя не только спортивную терминологию, экспликацию материалов спортивного дискурса и собственно сами компоненты, входящие в соревнования и тренировки. Одной из важных составляющих спортивного дискурса является репрезентация представлений его участников о самых разнообразных аспектах человеческого бытия (патриотизме, разделении общества на «своих и чужих», базовых идеологических и политических ценностях) через призму спортивной деятельности, так как «разговор о спорте есть на самом деле разговор о нашей культуре» [4, с. 465].

В наши дни довольно много лингвистов посвящают свои работы разноаспектному изучению сферы спортивной коммуникации, хотя сравнительно недавно эта сфера была практически не изучена. Исследованию спортивного дискурса посвящены работы таких ученых, как Т. Ширато, К. Боровиковой, А. Аваковой, Р. Бойла, А. Зилберта, Е. Малышевой, его жанровая

система отображена в трудах Е. Александровой, Ф. Бацевич.

На сегодняшний день в лингвистической науке не существует общепринятого определения термина «спортивный дискурс». Особого внимания в этом вопросе заслуживает определение, данное К. В. Снятковым, согласно которому, спортивный дискурс представляет собой «речь (в устной или письменной форме), которая транслирует смыслы, определяющие спортивную деятельность (дискурс как процесс) и совокупность произведенных текстов, в которых репрезентированы эти смыслы (дискурс как результат), то есть совокупность речевых произведений, зафиксированных письмом или памятью» [29, с. 28].

Анализ работ современных лингвистов, в том числе Дж. Брайанта, С. Томпсона, М. Р. Желтухиной, позволяет выделить следующие функции, присущие спортивному дискурсу:

- информативная, которая заключается в информировании реципиента об актуальных спортивных мероприятиях, состязаниях, участниках, самых разнообразных событиях мира спорта;

- аналитическая, благодаря которой реципиент получает не только саму информацию, но и детальный анализ спортивного мероприятия, возможные прогнозы дальнейшего развития событий и статистические выкладки;

- рекреативная функция;

- функция эстетического воздействия;

- регулятивная, не всегда явная функция, отвечающая за регуляцию процессов, протекающих в обществе, оказание влияния на аудиторию, контроль над общественным мнением по поводу значимых спортивных событий, формирование интереса среди широких масс к конкретным событиям в частном и к спорту в целом;

- образовательная функция, отвечающая за распространение знаний о спорте, его истории, и важных событиях, повышение образовательного уровня аудитории;

- развлекательная, связанная с развлечением аудитории посредством

печатного материала и различных теле- и радиопередач, материала сети Интернет;

- эмотивная функция.

При рассмотрении основных черт, присущих спортивному дискурсу, помимо основных функций следует отметить также наиболее характерные стилиобразующие характеристики, к которым можно отнести:

- последовательность воспроизведения описываемого события, основанная на динамизме повествования, порожденном протяженностью действия во времени и отображении события в реальном виде, без творческого вымысла;

- эффект наглядности реализуется путем создания образной картины происходящего, что достигается путем предметного описания деталей, подробностей и нюансов при воспроизведении событий, предоставления интервью с участниками и красочного визуального ряда;

- дискретность, которая проявляется в том, что время репортажа может не соответствовать по продолжительности реальному времени спортивного мероприятия, тем не менее он всегда ведется планомерно от начала к окончанию обозреваемого события. В первую очередь это характерно для газетного репортажа, в связи с чем автору приходится выбирать для описания наиболее яркие и значимые эпизоды;

- аналитичность также является неотъемлемой чертой спортивных текстов, так как автор выступает в роли исследователя, предоставляя аудитории анализ как самого события, так и его результата, а также делаясь анализом предшествующих мероприятию событий, этапов, статистических данных;

- эмоциональная окрашенность повествования, которая достигается благодаря использованию разнообразных стилистических средств и приемов, придающих дополнительную убедительность и привлекающую внимание публики.

Основной чертой, присущей спортивному дискурсу можно назвать его неизоллированность и интертекстуальность, так как спортивная коммуникация

вступает в прямое взаимодействие с самыми разнообразными сферами человеческой деятельности, в том числе имеет дело с социально-экономической, общественно-политической, социально-философской, медико-биологической и другими проблемами.

Спортивный дискурс сближается с политическим преимущественно в вопросах, связанных с описанием борьбы, противостояния оппонентов, в связи с чем одни из наиболее ярких метафор, используемых в политическом дискурсе пришли из спорта. Можно сказать, что в нашем сознании присутствует единое когнитивное пространство, в котором объединены многие черты спортивного, политического и военного дискурса, включающее такие компоненты, как наличие противника, борьбы между соперниками, схожие представления об этике поединка, совокупность определенных правил и регламентов, стратегия и тактика, победа и поражение.

Также как текст политического характера отличается яркими спортивными метафорами, так и речь футбольного комментатора изобилует военными метафорами: «штурм ворот», “cannon ball”, “the battle plan”. Однако стоит отметить, что спортивный дискурс отличается от военного и политического своей функциональной стороной, так как только он выполняет гедонистическую (развлекательную) функцию, равно как и функцию эстетического воздействия.

Совершенно иного рода связь объединяет спортивный дискурс и дискурс масс-медиа. Это связано с тем, что средствами его распространения являются каналы массовой коммуникации. В спортивном дискурсе масс-медиа «агентом» является представитель СМИ, журналист, который выступает посредником между спортивным институтом и массовым анонимным реципиентом («клиентом»). Такая коммуникация одностороннего характера носит название «ретиальной» [12, с. 103].

Таким образом, спортивный журналист в сфере СМИ имеет статус медиатора спортивной информации, так как он не только аккумулирует и передает информацию, но и вносит свой вклад в передачу информации,

становясь соавтором трансляции. В зависимости от степени соавторства выделяют следующие роли спортивного журналиста:

- рассказчик, пересказывающий уже завершившееся спортивное событие, факт;

- конферансье, представляющий участников спортивной программы и тему выступления, но в самой дискуссии не участвует, ограничиваясь вставками, передающими позицию говорящих;

- интервьюер, не только представляющий участников, но и направляющий ход коммуникации, выбирающий вопросы и выражающий свое отношение по поводу того или иного аспекта беседы;

- комментатор, выражающий свою позицию и пересказывающий реплики участников. Он соединяет разножанровые дискурсы в целостную программу, объединенную общей тематикой [12, с. 109].

В перечень черт, характерных для современного спортивного медиа-дискурса, приведенных в работах А. А. Трубчениновой входят следующие характеристики:

- концентрация на профессионально-коммерческом спорте;
- акцент на успех;
- популяризация зрелищных видов спорта;
- драматизация при описании спортивного события;
- повышенный интерес к личности известных спортсменов [32, с. 22].

Вышеуказанные свойства спортивного медиа-дискурса позволяют привлечь внимание реципиента к спортивным мероприятиям, максимизируя привлекательность спорта для самых разнообразных слоев общества. Существуют различные типы спортивного медиа-дискурса, влияющие на отношение социума к спорту, командам и спортсменам посредством косвенной рекламы. Это приводит не только к формированию пассивно-развлекательных установок, свойственных адресату массовой культуры, но и вовлекает в активное занятие спортом.

Таким образом, можно сказать, что во многих аспектах спортивный

дискурс и дискурс масс-медиа срослись друг с другом, так как первый носит преимущественно медиальный характер. В зависимости от типа СМИ выделяют следующие виды спортивного дискурса: газетно-журнальный, телевизионный, радио- и интернет-разновидности.

Телевидение общепризнанно считается одним из самых главных и действенных видов СМИ, используемых для освещения спортивных мероприятий и является решающим фактором при популяризации того или иного вида спорта, оказывая огромное влияние на все остальные разновидности спортивного медиа-дискурса. Благодаря телевидению максимально эффективно осуществляется возможность реализации привлекающего потенциала спортивных состязаний. Оно позволяет задействовать наибольшее количество факторов аудиовизуального воздействия для передачи полноты спортивного зрелища. Современные технологии позволяют показывать крупный план, повтор и замедленную съемку наиболее важных и ярких моментов.

Радио осуществляет передачу информации о спортивных мероприятиях, ведет прямые трансляции с места проведения соревнований, позволяет брать интервью у спортсменов других известных лиц, связанных с миром спорта. Основной отличительной чертой радиопередачи является необходимость воссоздания комментатором процесса событий, происходящих на соревновании, способного максимально компенсировать отсутствие видеоряда. Современная тенденция такова, что радиорепортаж со временем постепенно уступает место другим видам спортивного медиа-дискурса.

Глобальная сеть Интернет предлагает самые разнообразные возможности для продвижения спорта. Для этого используются спортивные порталы, чаты, форумы, ведутся сайты самых разных спортивных сообществ и федераций. С помощью Интернета пользователь сам выбирает нужный ему тип информации в удобной форме и в подходящее для него время, может сам принимать участие в чатах, делиться комментариями и впечатлениями с другими болельщиками.

Газета по-прежнему не уступает своих позиций и является значимым сегментом спортивного медиа-дискурса. В первую очередь этот тип отличает

глубина изложения и гибкость подачи информационного потока. Так как газета не может составить достойную конкуренцию аудиовизуальным средствам массовой информации в плане зрелищности, она перешагивает за границы простого информирования и берет на себя аналитическую функцию. Анализ хода игры или спортивного мероприятия, интерпретация важнейших новостей мира спорта представляет интерес не только для рядовых читателей, формируя мнение общественности, но и позволяет спортсменам повысить свою эффективность, следить за важной спортивной информацией и получать данные для ее объективной оценки. Современный газетный спортивный дискурс активно использует развлекательные формы подачи контента. Это связано со стремлением завлечь максимально большее количество читателей и таким образом максимизировать доходы издательства. Развлекательная форма подачи материала выражается в передаче эмоциональности, зрелищности описываемого мероприятия, акцентировании внимания публики на наиболее ярких деталях события, использовании широкого ряда средств языкового манипулирования, позволяющих привлечь внимание к нужным аспектам и заставить принять определенную позицию по актуальным вопросам. Таким образом, задачами современного газетного спортивного дискурса является привлечение внимания аудитории к определенным лицам и событиям, информирование о ходе и результатах наиболее интересных спортивных соревнований, интерпретация и оценка важнейших событий и тенденций в мире спорта, а также формирование оценки социально значимого явления непосредственно у самого читателя.

Разные виды спортивного медиа-дискурса привлекают внимание аудитории к миру профессионального и любительского спорта, при этом оказываются задействованными самые различные психологические факторы и технические ресурсы, применяемые для информирования, развлечения, формирования интереса и мнения аудитории.

Из вышесказанного следует отметить, что спортивный дискурс представляет собой разновидность коммуникации между участниками

спортивной деятельности (такими как тренеры, спортсмены, журналисты, болельщики) для реализации поставленных коммуникативных целей, в основе которой лежит связь с другими социальными институтами. Большинство современных ученых, занимающихся спортивным дискурсом (А. Б. Зильберт, Е. Г. Малышева, К. В. Снятков и т.д.) указывают на высокий уровень сращения спортивного дискурса со сферой масс-медиа, в связи с чем в некоторых случаях уместно говорить о спортивном медиа-дискурсе, если дискурс реализуется в сфере массовой коммуникации. Иначе говоря, медиадискурс может быть представлен как некое дискурсивное пространство, в рамках которого реализуются самые разнообразные виды дискурсов, обладающих своими собственными характеристиками, детерминированными тематикой общения.

### **1.3 Спортивные статьи в современном информационном пространстве**

Самый первый обзор спортивной тематики впервые появился в 1733 г., когда ведущие британские издательства того времени опубликовали репортаж о чемпионате Англии по боксу. Периодическая спортивная пресса появилась в 1819 г., когда в изданиях «Американского фермера» стали публиковаться результаты охотничьих и рыболовных состязаний, а также соревнований по стрельбе и велогонкам. В американских газетах, начиная с 50-х г. XIX в., на постоянной основе размещались статьи о крикете, бейсболе и скачках, и уже к концу XIX в. спортивный раздел присутствовал в большинстве газет. Одним из значимых событий в развитии и становлении газетного спортивного дискурса стала публикация в «Нью Йорк Сан», где описывался футбольный матч между командами Гарварда и Принстона в 1889 г., для которого было отведено целых три колонки. С начала XX в. данная рубрика стала постепенно приобретать черты свойственные современной газетной спортивной статье: в ней появился динамизм и эмоционально окрашенная манера повествования, при этом активную роль в ней начала играть личность репортера. Как утверждают психологи и социологи, в современном обществе спортивный раздел в газетах



является наиболее читаемым [38, с. 205].

Изучение роли и особенностей спортивных статей нашло свое отражение в трудах А. М. Леонтьюка, А. А. Люлевича, Ю. Н. Мазова, которые рассматривали взаимодействие института спорта с масс-медиа и его социологические аспекты.

При выделении основных жанров письменного спортивного дискурса ученые-лингвисты расходятся в выборе определяющих критериев и подходов. В основном предложенные концепции базируются на теории речевых жанров, предложенной М. М. Бахтиным, согласно которой для их выделения необходимы «сколько-нибудь устойчивые, закреплённые бытом и обстоятельствами формы жизненного общения» [2, с. 238].

Применительно к спортивному медиа-дискурсу в основе выделения жанров лежит назначение текста, которое определяется функционально-предметным подходом, так как журналистика, в том числе и спортивная, представляет собой творческий вид деятельности, связанный с задачами открытого воздействия на социум посредством публицистики. Множество задач, стоящих перед автором текста порождает множество жанров. Традиционно все жанры журналистики можно разделить на три большие группы: информационные, аналитические и художественно-публицистические. К информационным жанрам относят заметку, информационную корреспонденцию, информационный отчет, информационное интервью, репортаж. К аналитическим жанрам относятся аналитический отчет, аналитическая корреспонденция, рецензия, статья, обзор СМИ. Художественно-публицистические жанры представлены очерком, фельетоном, памфлетом.

Жанровая система спортивного дискурса масс-медиа в настоящее время исследована недостаточно полно. Структура и содержание спортивного дискурса обусловлена его спецификой, в первую очередь это относится к повышенной эмоциональности, благодаря которой реализуются воспитательная, развлекательная и эмотивная функция. Во-вторых, для

спортивного дискурса масс-медиа характерен специфический реципиент, в высшей степени заинтересованный в получении спортивной информации – активные болельщики, наиболее сильно подвергающиеся воздействию информационной, аналитической и пропагандистской составляющей, в то время как пассивные болельщики ощущают на себе в основном проявление информационной и развлекательной функций. Следует отметить тот факт, что спорт так или иначе включен в сферу интересов большинства членов современного общества, в связи с чем спортивные мероприятия и события обозреваются не только в специализированных средствах массовой информации, но и в изданиях и программах, ориентированных на самую широкую аудиторию, а также в специализированных изданиях, например, экономических, политических, юридических, если это пересекается с тематикой издания и/или представляет собой масштабное событие.

Реализация спортивного дискурса через средства массовой информации породила следующие газетные жанры: комментарий, репортаж, информационное сообщение, аналитическая газетная или журнальная статья, заметка, расширенная заметка.

В качестве основных жанров спортивного дискурса можно выделить комментарий, репортаж (которые многие исследователи спортивного дискурса нередко используют эти термины в качестве синонимов) и аналитическую статью. Смещение комментария и репортажа связано с постепенным слиянием этих двух жанров, которое вызвано использованием в рамках одного жанра элементов смежных жанров для наиболее оптимального решения задач, стоящих перед автором.

Термины «репортаж» и «спортивный репортаж» представляют собой близкородственные понятия, так как второй термин обладает всеми характеристиками первого, в то же время имея свои собственные уникальные черты, выделяющие его из ряда других тематических подвидов репортажа. Также стоит отметить связь спортивного и событийного репортажа, так как они оба содержат описание события и для них характерно живописное описание,

проявляющееся в быстрой смене действия участников.

Сам репортаж как жанр зародился в первой половине XIX в. и в изначальной форме выглядел как публикация, содержащая в себе описание хода судебного заседания, политических дебатов или собраний. Со временем такие публикации стали называть отчётами, а жанр репортажа напоминал современные очерки, пока не приобрел современную форму. Уже в XIX в. были определены основные требования к репортажу, актуальные и по сей день (документальность, подлинность, наглядность и т. д.).

Спортивный репортаж, являясь одним из информационных жанров публицистики может принимать как устную, так и письменную форму и обладает рядом характерных черт:

- документальность;
- достоверность;
- оперативность и актуальность;
- активная роль автора;
- пошаговость в описании и хронологичность событий [30, с. 22-23].

Особое внимание стоит уделить активной роли автора, так как она заключается не только в том, что журналист сам выбирает определенные стилистические приемы или изобразительно-выразительные средства, но также выражает свою точку зрения, во многом воздействуя на мнение и позицию широкой аудитории, для чего зачастую прибегает к средствам языкового манипулирования.

Репортажи могут подразделяться по степени экспрессивности на официально-информативные, включающие в себя такие поджанры, как заметка, хроника, отчет, и информативно-экспрессивные. Сущность репортажа заключается в том, что он является сообщением, рассказанным самим очевидцем события, который передает образ мероприятия, делится впечатлениями о его ходе и завершении и дает объективный анализ произошедшего.

Можно выделить три типа репортажа, информационный, аналитический и

исторический. В информационном репортаже цель автора – сообщить аудитории о событии или фактах в обобщенной форме, без субъективного мнения, анализа и оценок. В таком случае используется нейтральный линейный способ подачи информации. Благодаря такому виду подачи информации легко передавать динамику события, но с другой стороны ограничивается возможность для выражения экспрессии. Аналитический тип репортажа посвящен всестороннему рассмотрению спортивного события, для чего могут привлекаться специалисты и эксперты, имеющие непосредственное отношение к происходящему. Исторический репортаж объединяет собой некоторые черты двух вышеописанных типов, так как в данном случае автор репортажа описывает события на которых он сам не присутствовал.

Огромные возможности для журналиста предлагает такой популярный жанр как интервью. Существует значительное количество его разновидностей:

- информационное интервью, когда предметом общения является конкретное спортивное событие без включения аналитической составляющей;
- портретное интервью, используемое для раскрытия личности, характера, особенностей деятельности известной спортивной личности;
- экспертное интервью, позволяющее ознакомить читателя с мнением эксперта в той или иной области спорта;
- проблемное интервью, раскрывающее негативные стороны и проблемы того или иного аспекта спортивной деятельности;
- блиц-интервью, включающее в себя в среднем от двух до пяти вопросов, которые задаются как правило сразу после соревнования или в перерыве.

Многие из вышеперечисленных видов репортажа могут включать в себя элементы других жанров, таких как комментарий, аналитика, публицистика, очерк, зарисовка, проблемная статья. Исключение составляет информационное интервью, задача которого заключается в оперативной передаче сведений, полученных от компетентного в данном вопросе лица.

Популярность интервью связана в первую очередь с его личностной направленностью и субъективной ориентацией. Благодаря интервью читатели

утоляют интерес к жизни и личным качествам знаменитых спортсменов, тренеров и экспертов, получая наглядный образ человека, знакомясь с его яркой биографией, что существенно повышает интерес к спорту и привлекает новых участников. Также популярность этого жанра можно объяснить не только многообразием и многофункциональностью ее подвидов, но и его внешней простотой и доступностью, скрывающей психологические сложности и необходимость обладать обширными знаниями об интервьюируемом и теме беседы, с которыми сталкивается журналист.

Рассмотрим другие менее распространенные жанры спортивного газетного дискурса. Заметка представляет собой информацию о месте проведения спортивного мероприятия, его участниках (например, названия команд, результаты игры). Она обычно публикуется в виде хроники, подборки мероприятий, объединенных общим заголовком.

Расширенная заметка, помимо всего вышеперечисленного, может содержать краткое описание состязания (преимущественно ключевые моменты), данные о результативности и эффективности деятельности спортсменов (количество голов с указанием игроков их забивших, время с которым пришел к финишу победитель забега и т. п.). Заметка является базовым элементом спортивного медиа-дискурса из которого появились информационное сообщение и репортаж.

Информационное сообщение (или отчет) содержит более подробное описание спортивного мероприятия, например, детальный и последовательный обзор матча, другими словами оно выполняет информационную функцию, сообщая о произошедшем событии. Иногда в заключительной части информационного сообщения могут содержаться элементы оценки и прогнозирования. Этот жанр спортивной журналистики до недавнего времени активно использовался в спортивных разделах, но современная тенденция такова, что теперь читатель ищет на страницах газет не краткий отчет о завершившемся матче или соревновании, эта информация ему уже известна из телевидения или сети Интернет, а скорее статью, содержащую

профессиональный анализ игры, мнения экспертов, комментарии самих спортсменов.

В полной мере осознавая интерес публики к материалам, содержащим анализ спортивных мероприятий, журналисты не редко пользуются жанром комментария, формат которого не позволяет в полной мере предоставить развернутый и разносторонний анализ события, но с другой стороны позволяет автору воспользоваться большим количеством вариантов для выражения личного отношения к вопросу или проблеме, предоставляет возможность более остро поставить вопрос, охарактеризовать проблему и выразить авторское отношение. Для комментария типично присутствие анализа в сжатом виде, в то время как оценка и прогноз выходят на первый план. Общий признак, характерный для всех видов спортивного комментария как жанра можно описать как наличие объективно-субъективного разъяснения смысла, развития и значения спортивного события. Таким образом, спортивный комментарий представляет собой разъяснение, сопроводительное замечание, относящееся к какому-либо спортивному событию, факту, понятию или концепции и бывает кратким, попутным, или развернутым.

Не менее важным жанром спортивной журналистики является информационно-аналитическая спортивная статья. Согласно точке зрения известного исследователя теории А. А. Тертычного, для аналитических текстов в качестве важнейших характеристик можно выделить следующие: «...выяснение причин, условий развития событий и изменения ситуаций, оснований, мотивов, интересов, намерений, действий различных социальных структур; выявление современных противоречий тенденций развития, правильности, обоснованности разнообразных точек зрения, идей» [31, с. 10].

Данные признаки свойственны всем жанрам аналитической журналистики, при создании материала спортивной тематики их используют преимущественно в аналитических статьях, комментариях и некоторых видов интервью, так как именно этим жанрам требуется наиболее полный и глубокий анализ значимых, масштабных событий и явлений, процессов спортивного

мира, выявление причинно-следственных связей и предоставление обобщающих и аргументированных выводов, прогнозов возможных вариантов развития ситуации. В первую очередь это относится к такому популярному жанру газетного спортивного дискурса как аналитическая статья. Стоит отметить, что данный вид в большей мере свойственен журналам и еженедельным изданиям, чем стандартным газетам, так как подразумевает наличие ресурсов и возможностей для публикации объемных материалов, содержащих вдумчивый и осмысленный анализ, а не оперативный злободневный отклик. Тем не менее, аналитическая статья не так уж и редко размещается на страницах газет, так как она пользуется большой популярностью у читателя, разбирающегося и интересующегося данной тематикой, а такое не редкость, если речь в статье идет о популярных видах спорта и актуальных соревнованиях, а такой жанр статьи позволяет основательно и всесторонне рассмотреть интересующее явление, получить доступ к конкретизированным фактам и существенным деталям, обратить внимание на негативные и позитивные последствия и прогнозы.

Остановимся подробнее на структуре аналитической статьи, она включает в себя следующие пункты:

- базовый тезис, описание основной проблематики статьи, общее описание характеристик события, о котором будет вестись повествование;
- аргументация, сравнение тезиса и антитезиса на основе логической цепочки рассуждений и, как следствие, подтверждение или опровержение базового утверждения;
- выводы.

Как уже упоминалось выше, главная задача статьи такого типа заключается в предоставлении читателям анализа и оценки, когда адресат уже знаком с итогами соревнования, в связи с чем, чистое информирование теряет свою актуальность. Так же аналитический материал может публиковаться и до самого мероприятия и включать в себя вероятные прогнозы развития событий. В связи с отсутствием фактора срочности (как, например, при написании

репортажа) автор получает возможность тщательно обработать текст, подобрать подходящие изобразительно-выразительные средства и приемы языкового манипулирования, сводя к минимуму шаблонность текста. Все это требуется для того, чтобы позиция автора была воспринята автором как единственно верная, в связи с этим автор прибегает к объективному анализу наравне с выражением субъективной точки зрения, как своей собственной, так и ссылаясь на судей, тренеров, участников соревнований, других экспертов или болельщиков.

Таким образом, спортивная аналитическая статья имеет ряд отличий от аналитических статей других дискурсов. В первую очередь она отличается композицией, это связано с некоторой схожестью между спортивной аналитической статьей и репортажем (анализ значимых моментов ведется в хронологическом порядке). Помимо этого, в отличие от аналитики других направлений, автор спортивного материала не стремится доказать свою точку зрения, основываясь на одной только логике и объективности, а активно воздействует на читателя на эмоциональном уровне, проявляя свое уникальное авторское «Я». В связи с подобным уровнем гибкости и свободы творчества нередко происходит смешение жанров, например, использование черт, характерных для репортажа и комментария. Подводя итоги можно сказать, что спортивная аналитическая статья получает, помимо логической составляющей, эмоциональность и динамичность, свойственные спорту в целом.

Помимо вышеуказанного метода выделения жанров спортивной журналистики, следует упомянуть о подходе, предложенном Б. Розенталь и получившем широкое распространение на западе. Согласно этому направлению выделяют три базовых типа материала, посвященного спортивным мероприятиям: предварительный материал (Advance stories), резюме самой игры (Game Summary), пост-анализ (Post-Game Analysis) [62, с. 11-26].

К первой категории относятся предварительные материалы, относящиеся к предстоящему спортивному событию, например, такой вид статьи может включать статистический анализ будущих противников и высказать



предположения и прогнозы относительно их шансов на победу. Такую аналитическую работу журналист может провести сам или же обратиться за комментариями к экспертам. Помимо прогнозов и мнений экспертов материал может включать комментарии самих спортсменов, тренеров и т.д., информацию относительно места проведения мероприятия, прогноза погоды на дату соревнования, об ажиотаже и ожиданиях в среде болельщиков, о мерах, принимаемых для обеспечения безопасности.

Вторая группа спортивных газетных текстов включает в себя описание самой игры и всего того, что с ней непосредственно связано, в некотором роде это можно обозначить как резюме в котором журналист концентрируется на передаче хода событий, описании ключевых моментов, эмоций, сопутствующих мероприятию. Основной особенностью данного типа являются чрезвычайно сжатые сроки подачи материала,

Третья группа связана с предоставлением аналитических данных об уже завершившемся мероприятии, рассчитанная на серьезных поклонников спорта, интересующихся не только зрелищной и компетативной составляющей, но и обладающих определенными знаниями и желанием получить более глубокие сведения о событии. Такие статьи зачастую имеют большой объем и содержат информацию об ошибках, совершенных участниками соревнования, сравнение и анализ технических и тактических характеристик соперников, разбор причинно-следственных связей и обстоятельств, приведших к победе или поражению.

Таким образом, если коротко обозначить роль спортивной газетной журналистики и ее жанров в современном информационном пространстве, то можно сделать определенные выводы о том, что их функции выходят далеко за пределы элементарного информирования и комментирования, поэтапного изучения причинно-следственных связей. Для современного читателя не достаточно констатация факта и обозначение проблемы, снабженной одной только аналитикой, ему необходимо предоставить всестороннее раскрытие и рассмотрение актуальной проблемы, сопровождаемое удерживающим

внимание рассуждением.

Главная привлекательность спортивных статей основывается на раскрытии смысла происходящего, его значения, предоставления компетентной оценки и грамотной формулировке выводов и предсказаний вариантов развития разнообразных, в том числе довольно запутанных и противоречивых ситуаций в мире спорта. Не менее важным является выражение авторской точки зрения, аргументированного мнения, полемичность поднятой темы, при этом, чем более острую дискуссию может вызвать проблема или поставленный вопрос и предложенный журналистом вариант ответа, тем лучше для издания и интереснее для читающей аудитории. Современный читатель ожидает от газетной статьи не только разнообразие точек зрения, которое может получить из разных источников, но и получение возможности сверить свою позицию с точкой зрения общепризнанного авторитета, эксперта в данном вопросе, в данном случае – профессионального журналиста. Помимо авторского мнения о событии, читателю также интересны новые факты, позволяющие ему пересмотреть свое представление о проблеме, взглянуть на нее под новым углом.

Спортивные состязания по праву считаются одними из наиболее зрелищных явлений как современной, так и древней культуры, которые объединяют самые разные социальные группы и нации, даря поклонникам яркие и запоминающиеся мгновения. Как следствие, это ведет к преобладанию экспрессии и эмоциональности при описании события, а также к наличию определенной доли субъективности в оценке и необходимости компетентного осмысления события. Данные черты характеризуют большинство спортивных материалов, и современная публицистика является тому ярким подтверждением, подарив миру многих известных спортивных журналистов, которые с помощью умелого построения текста, уникальной стилистике, умелого использования изобразительно-выразительных средств и приемов речевого манипулирования приковывают к спорту внимание миллионов читателей. Подводя итоги можно сказать, что с функциональной точки зрения

значимость спортивной статьи, в особенности ее информационно-аналитической разновидности, заключается в предоставлении широкой общественности уникального материала, способного не только развлечь массового читателя, но и зародить у него определенные идеи, гуманистические идеалы и ценности, развить эстетический вкус и духовные качества, вызвать активный интерес к спорту и здоровому образу жизни, а так же, что не маловажно, актуализировать социокультурный и политический аспекты посредством речевого воздействия.

#### **1.4 Феномен речевого манипулирования в спортивном дискурсе**

Феномену речевого воздействия и манипулирования посвящено множество работ самых разных отраслей науки, в том числе они являются объектом исследования в психологии, социологии, политологии, журналистике и лингвистике. Данной тематике посвящены работы таких лингвистов, как Е. Ф. Тарасов, П. Б. Паршин, А. Н. Баранов, Г. А. Копнина, Ю. К. Пирогова.

Речевое воздействие в общих чертах можно описать как произвольный или непроизвольный акт передачи информации от субъекта взаимодействия к индивидуальному или коллективному реципиенту, который может принимать устную или письменную форму и осуществляться посредством использования лингвистических, паралингвистических и нелингвистических средств в зависимости от цели коммуникации. В узком смысле оно представляет собой влияние, которому подвергается реципиент во время речевого взаимодействия, оказываемое для достижения целей субъекта, таких как изменение личностного смысла того или иного объекта для реципиента, формирование новых поведенческих паттернов или изменение психического состояния. Для достижения этих целей необходимо выполнить два обязательных этапа: преодолеть защитный барьер получателя информации, а затем навязать ему определенные образы, эмоции, мысли, установки. Таким образом речевое воздействие можно представить, как изменение смысловых структур и системы оценок, поведенческой модели под влиянием речевого акта.

Словесное воздействие может осуществляться в трех формах: в виде приказа, манипулирования и убеждения. Приказ и убеждение влияют на сознание человека с помощью логики, манипулирование с убеждением объединяет апелляция к образному мышлению. Манипулирование, воздействуя на воображение, отличается тем, что не может выдержать логического анализа. Остановимся подробнее на манипулятивной форме речевого воздействия.

Феномен манипулирования и его философское осмысление интересует ученых еще со времен античности. Одним из первых предпринял попытку сформулировать определение этого понятия Платон, охарактеризовав его как уникальный способ подчинения воли человека без применения насилия [24, с. 75]. С точки зрения социологии манипулирование является разновидностью социального воздействия, осуществляемого с целью навязать определенные ценности и поведенческие формы. С точки зрения психологии, это явление в широком смысле можно охарактеризовать как разновидность психологического воздействия для достижения одностороннего выигрыша с помощью скрытого побуждения реципиента к осуществлению определенного вида деятельности, внедрения иллюзорных представлений [54, с. 162]. В бытовом плане явление манипуляции воспринимается в негативном ключе, как вынуждение принимать невыгодное решение, совершать незапланированный поступок посредством оказания влияния, основанного на информации о потребностях или мотивации человека [28, с. 19].

В научных работах ученых, занимающихся этим явлением встречаются разные трактовки понятия «речевое манипуляционное», одним из определений, включающих в себя большинство базовых признаков данного типа воздействия приводится в работах О. Н. Быковой, которая дает ему следующую характеристику: «речевое манипулирование – вид языкового воздействия, используемый для скрытого внедрения в психику адресата целей, намерений, отношений или установок, не совпадающих с теми, которые имеются у адресата в данный момент» [5, с. 99]. Е. В. Денисюк в своей работе акцентирует внимание на таких чертах, присущих речевому манипулированию, как выгода и

скрытность, описывая манипуляцию в виде специфического речевого поведения, проявляющего себя в процессе общения и направленного на побуждение собеседника совершить невыгодного для него (но выгодное для побуждающего лица) действие. При этом она отмечает, что «отличительной чертой этого способа побуждения является его скрытый характер: и цель, и процесс побуждения намеренно скрываются от адресата» [8, с. 66]. Е. Л. Доценко в своем определении основывается психологическом аспекте и характеризует это явление как «вид психологического воздействия, искусное исполнение которого ведет к скрытому возбуждению у другого человека намерений, не совпадающих с его актуально существующими желаниями» [10, с. 59].

Помимо этого, стоит обратить внимание на описание основных целей осуществления манипулирования, приведенное О. Г. Михалевой, так как именно через призму целеполагания наиболее полно раскрывается данное явление с психологической стороны. Она указывает в своей работе, что цель манипулирования заключается в побуждении адресата к совершению каких-либо действий с помощью неявного реструктурирования представлений в его сознании, происходящего из-за внедрения в его психику определенной цели (или же желания, намерения, установки) отличной от той, которая могла бы сформироваться у объекта манипуляции самостоятельно [23, с. 143].

Так как данное исследование рассматривает явление речевой манипуляции с лингвистической точки зрения, необходимо также привести определение, данное Е. С. Поповой, которая затрагивает как лингвистические аспекты, так особенность речевого манипулирования в масс-медиа. Как и большинство ученых, она отмечает, что речевое манипулирование как разновидность речевого воздействия, характеризуется скрытностью и направленностью на достижение целей, определенных субъектом воздействия и не совпадающих с намерениями или противоречащих желаниям и интересам объекта воздействия, и уточняет, что контроль за сознанием осуществляется посредством использования в тексте искаженной, необъективной подачи

информации [27, с. 52]. Таким образом, в данной диссертационной работе под термином «речевое манипулирование» будет пониматься осуществление скрытого воздействия, оказывающего влияние на намерения, желания и действия адресата посредством языковых ресурсов, способных отражать и формировать психический опыт человека.

В книге О. Н. Быковой «Языковое манипулирование» выделяются следующие признаки, свойственные особенностям речевого манипулирования:

- подмена уже сформировавшихся убеждений новыми с помощью внушения, оказываемого посредством создания эмоционального подтекста высказывания;
- создание иллюзии самостоятельности выводов, навязанных реципиенту в ходе манипуляции;
- главная информация в тексте подается с помощью импликации;
- аргументация представлена в завуалированной форме, а сами оценки и суждения не сопровождаются необходимыми аргументами;
- тексту свойственна односторонность подачи информации и тенденциозная интерпретация описываемых явлений и событий;
- информативность текста находится на не высоком уровне, так как основная задача заключается не столько в информировании, сколько в создании определенных установок у реципиента;
- преобладание оценочных и императивных высказываний [5, с. 7].

Чтобы добиться желаемого результата, специалисты в данной области прибегают к самому разнообразному сектору приемов и методик оказания языкового воздействия. Одной из первых работ, посвященных описанию способов манипулирования является «Пропаганда», книга одного из крупнейших специалистов по связям с общественностью, Э. Бернейса, впервые изданная в 1928 г. Автор работы отмечает, что куда большего эффекта можно достигнуть воздействуя на подсознательные импульсы и чувства, нежели чем апеллируя к разуму. Книга Э. Бернейса особенно ценна своими практическими примерами и теоретическим обоснованием, акцентированием внимания на

необходимости изучения феномена манипулирования с научной точки зрения.

Одними из наиболее распространенных и легко вычленимых в речи способов манипулятивного воздействия являются прием намеренного искажения фактов, когда автор придает словам и выражениям дополнительное значение, новую не свойственную ранее коннотацию, и более тонкие приемы, включающие в себя изящную игру слов и использование самых различных тропов и стилистических приемов. Так как в основе эффективного манипулирования лежит скрытность, исследователь сталкивается с рядом сложностей при установлении факта совершения этого типа воздействия на реципиента, так как разница между применением языковых средств для обогащения речи и для манипуляции не велика. Таким образом, большинство ученых сходятся во мнении, что манипулирование представляет собой скрытую форму воздействия, власти и, в некотором смысле, насилия, направленную на другого человека.

Л. А. Нефедова отмечает, что манипулирование является речевым явлением, поэтому речевые манипуляции являются приемами, осуществляемыми говорящим в речи [25, с. 8]. Слово, вынесенное за пределы языкового окружения, может быть как лишено коннотации, так и обладать положительной или отрицательной коннотацией. Употребленные в определенный момент речи нейтральные лексические единицы могут приобрести экспрессию, а коннотационные значения – поменяться на свои противоположности.

В работах Б. А. Успенского различия в типах коммуникации выделяются в зависимости от того, является ли человек говорящим или слушающим: коммуникация говорящего основывается на содержании и передается посредством текста, в которое «облачается» основная мысль, коммуникация слушающего основывается на тексте, который он воспринимает и уже потом декодирует в своем сознании. Цель говорящего – передать собеседнику содержание беседы, цель автора – донести до читателя суть статьи. Цель слушающего или читающего заключается в том, чтобы извлечь содержание из

послания. [33, с. 109]. Таким образом, следует отдельно подчеркнуть значимость правильного подбора языкового материала для дальнейшего использования в речи, так как именно от него в первую очередь зависит, будет ли достигнута цель автора – донесен необходимый смысл до аудитории.

Известный американский психолог и писатель, Р. Дилтс, ставил знак равенства между речевым манипулированием и нейролингвистическим программированием и отмечал, что слова обладают способностью одновременно отражать и формировать психический опыт: «проникая до уровня глубинных структур с помощью специфических слов, используемых индивидом, мы можем определять те скрытые психические процессы, которые находят свое отражение в языковых паттернах этого человека, и влиять на них» [9, с. 16]. Благодаря этому свойству они являются сильнейшим орудием как мыслительного, так и других сознательных и бессознательных процессов, а сама речь способна не просто выражать представление человека о каких-либо событиях, представлениях, фактах в ходе коммуникации, но и создавать новые и изменять уже сформированные предыдущим опытом убеждения [9, с. 16-17].

В основе как межличностной, так и массовой манипуляции лежит использование таких психологических механизмов влияния, как убеждение, внушение, подражание и заражение. Убеждение считается наиболее устойчивым к последующему влиянию и заключается в донесении авторской позиции с помощью логического ранжирования фактов, на основе которых делаются непротиворечащие друг другу выводы. Таким образом, убеждение является наименее манипулятивным из четырех механизмов, так как основывается на логических умозаключениях. Тем не менее, оно может быть связано с языковым манипулированием. Это объясняется тем, что не смотря на использование логики и объективных сведений, способ подачи материала может подтолкнуть реципиента к неверным выводам, выгодным манипулятору.

Внушение апеллирует не к логике реципиента, а к чего чувственной сфере и основывается на психическом воздействии, оказываемом с помощью искусственно созданных условий понижения критического восприятия



информации. При внушении новый материал осознается реципиентом в обход когнитивного аппарата без проведения логического анализа поступающих данных, в следствие чего этот механизм является самым эффективным и распространенным из всех четырех. В результате проведения успешного внушения, происходит зарождение у реципиента чувств, отношений, не связанных с его собственными уже сформированными нормами и принципами. Для самого объекта внушения процесс манипуляции и произошедшие изменения остаются незамеченными. Внушению может подвергаться как отдельный человек, так и целые народные массы. В связи с этим, данный механизм активно используется в рекламе и политике, когда с помощью устойчивых ассоциативных рядов производится изменение мнения аудитории.

Подражание представляет собой зарождение у реципиента желания воспроизводить черты или модели поведения другого человека, что может проявляться на уровне действий или смысла. Реципиентом и объектом подражания может быть как отдельная личность, так и целая группа людей. Подражание лежит в основе таких общественных явлений, как мода, реклама, политическая компания. Например, на этот механизм рассчитывают политические деятели, привлекающие к пиар-акциям знаменитостей, которые заявляют во всеуслышание, что поддерживают политика для того, чтобы общественность последовала их примеру. Другим примером механизма подражания является использование личностей спортсменов и известных людей, фильмов для популяризации спорта, что в принципе направленно на благие цели и несет положительный эффект.

Основу следующего механизма воздействие, получившего название «заражение», составляет передача эмоционального состояния на уровне психофизиологии от одного человека (или группы) к другому человеку (или группе людей), осуществляемое в совокупности со смысловым воздействием. Этот механизм основывается на том, что группе лиц свойственно испытывать схожие эмоции, быть подверженным определенным состояниям, воспринимаемым извне, будучи поставленными в условия, способствующие

этому. Один из наиболее наглядных случаев заражения можно наблюдать в поведении толпы, поэтому оно нередко применяется в политике для влияния на настроение масс и создания чувства солидарности. Также этот механизм может применяться в публицистике, когда читатели «заражаются» определенными настроениями и чувствами для получения необходимого эмоционального отклика на информацию, не обремененную лишней аргументацией в силу тех или иных обстоятельств. Данная методика может применяться, например, чтобы заставить людей с нетерпением ожидать спортивного события или негодовать из-за «несправедливого» решения судьи.

Данные механизмы могут выступать в качестве составляющих компонентов манипуляции, выступать сами по себе или же манипуляция может мимикрировать под одно из них, в основном под механизм убеждения.

Изучение манипулирования осложняется еще и тем, что на данном этапе исследования данного феномена не существует универсальной классификации, четко разграничивающей приемы речевого манипулирования: многие ученые приводят общие списки приемов и способов без разделения на категории, другие предлагают свой собственный вариант классификации в зависимости от того, под каким углом рассматривается это явление. Для полного охвата всей совокупности приемов речевого манипулирования, необходимо рассматривать их с точки зрения уровней интерпретации информации:

- интерпретация фактического содержания;
- интерпретация текстовых структур (таких как словосочетания, предложения, макроструктура самого текста), связанных друг с другом определенной прагматикой, которая заключается в актуализации определенных мыслительных процессов в сознании реципиента (логических, психологических и когнитивных);
- интерпретация языковых средств, используемых в процессе манипулирования.

С точки зрения фактического содержания и манипулирования самой информацией, передаваемой собеседнику, процесс воздействия осуществляется

за счет приемов селекции, искажения и манипулятивных способов подачи данных, такие как отрывочность или избыточность подачи, придание значимости явлению, не представляющего в действительности особой ценности, в совокупности с замалчиванием действительно важных аспектов.

Если говорить об риторическом инструментарии и использовании приемов манипулирования на уровне текстовых структур, то можно выделить следующие направления:

- логические уловки, применяемые для псевдологических обоснований ложных заявлений, таких как ложное допущение, неявное нарушение законов логики, некорректные сравнения;

- психологические уловки, такие как риторические вопросы, апелляция к авторитету, использование обобщающего местоимения «мы», выдергивание из контекста;

- когнитивные уловки, связанные с использованием фигур речи, влияющих на процесс осмысления (метафоры, генерализации, метонимии и т.п. с целью манипуляции);

- макроструктурные уловки (нарративные, композиционные и т. д.).

С точки зрения использования языковых средств в процессе манипуляции, можно обратиться к работе М. Н. Ковешниковой, которая предлагает интерпретировать приемы речевого манипулирования с точки зрения следующих уровней: стилистического, лексического, синтаксического, фонетического и графического. Для каждого уровня языка характерны свои средства манипуляции. Лексическо-семантический и синтаксический уровни содержат наиболее яркие и выразительные, эффективные средства речевого манипулирования, в связи с чем представляют особый интерес для исследования [14, с. 390-394].

Говоря о манипулятивных приемах следует отметить наиболее важные из них. Одним из самых популярных приемов является подача материала по принципу «свой – чужой», когда сложные явления упрощаются, информация, попадающая в раздел «свое» подается с положительной коннотацией, а в

«чужое» – с негативной. Таким образом происходит категоричное разделение на плохое и хорошее, черное и белое, без промежуточной градации. Не менее значимыми являются приемы манипулирования, связанные с поддержанием и активным использованием стереотипов, социальных норм, авторитетов, навязывание пресуппозиций, а также опора на количественные данные и псевдостатистику.

Одной из самых наиболее изучаемых сфер применения способов речевого манипулирования является политика. Несмотря на то, что многие ученые подмечают ряд общих черт, объединяющих спортивный, военный и политический дискурс, роль средств языкового манипулирования в спортивном тексте на данный момент очень мало изучена. В действительности довольно сложно обозначить такую сферу жизнедеятельности, где бы не использовались так или иначе манипулятивные техники, и мир спорта – яркое тому подтверждение. В первую очередь нельзя отрицать влияние такого фактора, как связь политики и спорта, влияющего на то, под каким углом будет рассматриваться то или иное спортивное событие (в особенности международное). Сами спортивные тексты также являются источником пропаганды, продвижением того или иного мероприятия, вида спорта, здорового образа жизни. В последнем случае использование манипулятивных технологий служит улучшению жизнедеятельности социума оказывая положительный эффект на население. Помимо этого, сам эмоциональный компонент спортивных обзоров подразумевает использование автором обширного спектра изобразительно выразительных средств и приемов речевого манипулирования для произведения нужного эффекта на читателя.

Подводя итоги, можно сказать, что манипулятивное воздействие в спортивных текстах осуществляется на психологическом уровне, процесс манипулирования, его мотивы и цель, если этот процесс успешен, остаются неизвестными для реципиента, а для успешного проведения манипулирования и получения желаемого результата необходимы определенные знания и навыки из самых разных сфер человеческой деятельности и науки: психологии,

лингвистики, социологии, психологии и таких ее практических направлений, как нелинейное программирование и социальный инжиниринг. Эффективность использования тех или иных приемов манипулирования в первую очередь зависит от их грамотного использования: правильной выборки необходимых языковых средств и приемов, их расстановки в тексте, самой композиции и манеры изложения.

Спортивные газетные тексты в своей совокупности, и в особенности их аналитические разновидности обладают огромным потенциалом с точки зрения языкового манипулирования, что обуславливается определенной гибкостью выбора языковых средств, предоставленной спортивным журналистам, взаимодействием спортивного дискурса со многими другими отраслями человеческой жизнедеятельности (рекламой, политикой, педагогикой, сферой масс-медиа и т. д.) и необходимостью решать поставленные задачи: поддерживать спортивный интерес среди самых различных слоев населения, формировать образ жизни и мышления, объединять людей на почве общности интересов. Основу речевого манипулирования в спортивных статьях составляют психологические и психолингвистические механизмы, благодаря которым происходит некритичное восприятие информации адресатом. Как показывают результаты исследования, англоязычным спортивным статьям свойственен широкий спектр языковых средств, применяемых с манипулятивными целями на самых разных языковых уровнях, при этом, как правило, данные приемы используются комплексно. Все это многообразие языковых средств служит для активного влияния на взгляды, оценку, политическую и общественную позицию и, в конечном итоге, мировоззрение читателя.

## **2 Речевое манипулирование в спортивном дискурсе**

В данном диссертационном исследовании рассматриваются лексические и фонографические средства речевого манипулирования и стилистические приемы, используемые с целью воздействия на адресата.

Данная глава состоит из трех параграфов, в каждом из которых приводятся обоснования гипотезы о манипулятивном характере изучаемых средств речевого воздействия в англоязычном спортивном дискурсе, а именно его письменной аналитической разновидности.

Таким образом, во второй главе решаются следующие поставленные задачи:

- проанализировать публицистические аналитические материалы спортивной тематики с целью выявления языковых средств речевого манипулирования;

- изучить особенности использования стилистических приемов, которые оказывают необходимое манипулятивное воздействие в тексте англоязычной спортивной информационно-аналитической статьи и выделить их основные функции;

- охарактеризовать основные лексические и синтаксические приемы, используемые в спортивных текстах англоязычной прессы для оказания скрытого воздействия на читателя;

- выявить лексико-семантические особенности англоязычного спортивного текста аналитической направленности, определить их роль в осуществлении языковой манипуляции;

- рассмотреть используемые приемы манипулирования на фонографическом уровне и выявить их место в англоязычном спортивном дискурсе.

## 2.1 Стилистические приемы речевого манипулирования

В данном параграфе объясняется наиболее распространенные и эффективные способы использования стилистических приемов английского языка для реализации эффекта манипуляции в информационно-аналитических спортивных статьях. Для определения функций стилистических приемов они были сгруппированы и подвержены анализу с точки зрения их частотности и роли в достижении цели, поставленной перед автором.

Говоря об особенностях стиля спортивных информационно-аналитических статей и его использовании в оказании манипулятивного воздействия, следует отметить, что они неразрывно связаны с реализацией их основных функций, а именно информационной и воздействующей. В связи с этим, основными характеристиками данного вида спортивной журналистики являются логичность повествования, четкость изложения фактов, оперирование развернутыми высказываниями, терминологией, связанной со спортом и другими смежными областями. Все эти черты в некоторой степени сближают стиль информационно-аналитической статьи с научно-публицистическим стилем, приемы которого используются для создания эффекта более полной и достоверной передачи информации и убеждения читателя в точке зрения автора. В то же время для оказания воздействия на реципиента и достижения необходимого результата в спортивной аналитике, как и в большинстве спортивных текстов, широко используется эмоционально-экспрессивная и оценочная лексика, позволяющая выразить мнение журналиста, решить поставленные коммуникативные задачи и удерживать внимание аудитории.

Стилистические средства языка представляют собой одну из разновидностей риторических приемов, в основе которых лежит мотивированное отклонение от устоявшейся речевой нормы, ее стилистически нейтральной вариации, что предоставляет большие возможности для осуществления манипулирования сознанием читателя.

Отдельную роль в оказании манипулятивного воздействия на

стилистическом уровне играют тропы. Их влияние на аудиторию подробно рассмотрено в работе М. Р. Желтухиной, посвященной суггестивной функции языковых средств [11, с. 123]. Остановимся более подробно на использовании образных средств и риторических фигур, применяемых на стилистическом уровне в спортивных информационно-аналитических статьях.

Говоря о традиционных и наиболее широко используемых тропах для осуществления воздействия на читателя, следует отметить такой троп, как метафора, с помощью которой читатель получает возможность увидеть описываемое явление с новой, порой неожиданной или даже комической стороны. Помимо этого, она используется для украшения речи и создания эффекта полноты обзора, что немаловажно для описания спортивного события, понятности читателю, так как позволяет воздействовать на интеллект, чувства и волю адресата. С манипулятивной точки зрения использование той или иной метафоричной модели позволяет построить «выгодную говорящему картину мира в глазах слушателя» [23, с. 123]. Таким образом, благодаря использованию метафоры автор текстов получает возможность незаметно для публики продвигать свои идеи не прибегая к открытой пропаганде.

В качестве примера можно привести довольно необычную метафору, используемую в заголовке статьи, позволяющую провести параллель между разными видами спорта и используемую автором для выражения негативной оценки определенных тенденций, имеющих место в современном футболе:

*Booting any pawn, bishop or rook near them as far as is humanly possible* [78].

В данной статье журналист довольно эмоционально выражает недовольство тем, что по его мнению современный футбол предоставляет мало возможностей для болельщика получить удовольствия от просмотра матча, так как многие из последних зачастую оканчиваются ничей, примером чему служит отборочный тур Чемпионата мира 2018. Для создания более яркого образа, автор сравнивает футбольный матч, закончившийся ничьей со скучной шахматной партией, и предлагает вывести на поле шахматные фигуры вместо



игроков:

*It seemed they didn't quite view their team's failure to score at Copenhagen's Parken Stadium against O'Ireland over 90 minutes as being like a chess match, unless there's some new variation of the game that involves Shane Duffy, Steven Ward and Darren Randolph booting any pawn, bishop or rook that comes near them as far as is humanly possible in the vague direction of Daryl Murphy or Shane Long [78].*

Далее в тексте автор использует еще одну метафору, сравнивая спортивную деятельность датской команды с плаванием по реке:

*Sailing up the Liffey in their team longboat with the giant figurehead of granite-jawed Euro 92 legend Kim Vilfort staring menacingly ahead from its prow the Danes arrived with the jeers of thousands of their unhappy compatriots still ringing in their ears [78].*

Датская команда, приехавшая на матч в Ирландию, сравнивается с лодкой, плывущей по Лиффи (одна из главных рек в Ирландии) – *sailing up the Liffey in their team longboat*, а один из ее ведущих игроков сравнивается с фигурой на носу этого корабля (*the giant figurehead*), что позволяет читателю представить себе довольно комичную картину.

Эффект от метафор в данной статье автор еще больше усиливает с помощью гиперболы и антитезы, к которым он прибегает для описания особенностей игры и физической подготовки в целом одного из игроков:

*Thomas Delaney, who is clearly unfamiliar with the new ring-pulls which adorn modern-day bean cans and afford anyone with even the most rudimentary motor skills access to the tomatoey, beany goodness inside within seconds through the use of their bare hands [78].*

С помощью антитезы журналист в экспрессивной форме делится с читателем своим мнением по поводу игры датского футболиста, заявляя, что, учитывая роль последнего в матче, можно не удивляться, если тот не сумеет даже открыть консервную банку (*clearly unfamiliar with the new ring-pulls*) и, сомневаясь в состоянии его мелкой моторики, противопоставляет всему

остальному развитому человечеству (*afford anyone with even the most rudimentary motor skills access to the tomatoey, beany goodness inside within seconds through the use of their bare hands*).

Таким образом, благодаря комплексному использованию стилистических приемов, позволяющих создать необходимый комический эффект, в совокупности с отсутствием подробного анализа сложившейся ситуации, который мог бы предоставить возможность рассмотреть прошедшие матчи с разных точек зрения, и отсылок к мнению участников и экспертов, у читателя складывается мнение об абсолютной некомпетентности игроков и бесперспективности футбола как игры в целом. Использование стилистических средств для создания юмористического описания позволило решить сразу несколько задач, стоящих перед автором. Во-первых, смех является показателем состоявшейся коммуникации, так как он представляет собой одну из разновидностей ответной реакции собеседника. Во-вторых, с точки зрения манипулирования задача смеха связана с необходимостью заинтересовать реципиента и закрепить передаваемую информацию у него в памяти. Таким образом, в данном примере с помощью стилистических средств, а именно метафор, гиперболы и сравнения, автор воздействует на читателя создавая юмористическую картину, главные функции которой заключаются в закреплении у читателя определенной позиции с помощью развлекательной формы подачи, интимизации общения и завуалированности истинных намерений (дискредитации объекта – спортивных команд).

В качестве довольно значимой и распространенной модели метафор можно отметить присутствие в спортивных текстах метафор военного характера, позволяющих создать определенный настрой у читателей:

*It's still one battlefield in an ongoing war [104].*

Тропы такого рода довольно характерны для спортивных материалов, так как они основаны на общих чертах, объединяющих спортивный и военный дискурсы (наличие противостояния, соперников, победы и поражения).

Одной из наиболее ярких вариаций метафоры с точки зрения

манипуляционной эффективности является оценочная разновидность этого тропа, позволяющая завуалировано манипулировать общественным сознанием и форматировать отношение к спортивному событию. Весьма распространенным вариантом такого приема, используемого для оказания манипулятивного воздействия, является оценочная метафора, передающая авторское мнение с помощью сравнения кого-либо с детьми и применяемая для дискредитации и выражения сомнения в их способности к серьезным действиям:

*Saido Berahino: the former golden boy who has gone 632 days without scoring [79].*

В данном случае метафора “golden boy” («золотой мальчик»), которая в своем обычном значении имеет несколько ироничный оттенок и уже давно утратила свою новизну и оригинальность, видоизменяется с помощью слова «бывший» – “former”, приобретая еще большую ироничность и создавая контраст с последующим материалом.

Рассмотрим также следующие примеры:

*Charles Barkley rips into NBA 'babies' [82];*

*Ex-Lakers PG Marcelo Huertas Says NBA Players Are 'Babies' [113].*

После того, как в сентябре 2017 года вышла статья, в которой приводилась цитата знаменитого бывшего профессионального баскетболиста Чарльза Баркли, назвавшего молодое поколение баскетболистов «младенцами», было опубликовано еще несколько статей, в которых сдержалась критика НБА, выраженная в схожей форме.

Таким образом, метафоры, используемые для передачи оценки, зачастую выполняют роль обобщения, ключевого слова, и становятся основой номинации, окрашивая соответствующим образом весь окружающий его контекст.

На этом же принципе основано использование приема сравнения с целью манипулирования общественным мнением:

*Messi And Higuain Are Like Little Girls: Peru's Zambrano [116];*

*Soccer: Fallon says Italian team behaved like little girls [121].*

Как видно из примеров, модель «они как дети» дополняется использованием гендерных стереотипов. Такой вид манипуляции рассчитан в первую очередь на взрослую мужскую аудиторию и провоцирует у них чувство превосходства и снисходительное отношение к тем, на кого направлено сравнение, основанное на страхах выглядеть недостаточно мужественно или солидно.

Помимо метафоры и сравнения, не менее распространенными приемами, позволяющими выразить авторскую оценку и способствовать реализации манипулятивного воздействия являются аллюзии и парафразы.

В современных спортивных информационно-аналитических статьях достаточно часто можно встретить стилистический прием аллюзии. Вариации употребления данной фигуры можно разделить на несколько групп, в том числе:

- аллюзия на историческое событие, при этом довольно часто соревнование сравнивается с тем или иным военным действием:

*Lancaster wins War of Roses [76]* – громкий заголовок статьи, в которой автор описывает победу игроков в гольф команды Ланкастера, сравнивая его с одним из наиболее значимых событий в истории Англии;

*Doping in sport: a cold-war chill [112]* – в данном примере яркий эмоциональный заголовок, проводящий параллель между взаимоотношениями стран из-за скандала по поводу употребления допинга и временами холодной войны, сразу настраивает читателя на серьезный лад, давая ему понять о серьезности и масштабах события.

- аллюзия на известное литературное произведение:

*The mouse that roared: Faces from UH past look at the Coogs now [106]* – отсылка к сатирическому роману Л. Вибберли. В статье автор в критической манере сравнивает прошлое и настоящее тexasской команды по американскому футболу, для чего прибегает к использованию иронии;

*From Russia with love, light heavyweight champ Kovalev finds his place in US*

[70] – заголовок статьи, в которой журналист в оптимистичной манере рассказывает о жизни и успехах российского боксера, переехавшего в США. В данном примере присутствует отсылка к известной книге о Джеймсе Бонде Яна Флеминга и одноимённому кинофильму;

*Invisible man gives Bournemouth their moment in the sun* [69] – статья про английскую футбольную команду из Борнмута, добившуюся успеха при поддержке таинственного российского бизнесмена, который не любит появляться на публике, что тонко обыгрывается журналистом с помощью отсылки к произведению Ральфа Эллисона;

- аллюзия на фильмы:

*The All Blacks Almost Famous Five: is little Mitchell Drummond the next big thing* [124] – указание одновременно на фильм «Почти знаменит» (“*Almost Famous*”) и одновременно на знаменитых шотландских футбольных игроков 40-х годов, получивших название «Великолепная пятерка» (“*The Famous Five*”). Таким образом журналист заражает читателей оптимизмом по поводу грядущих изменений в новозеландской команде по регби и заставляет болельщиков гордиться спортсменами, сравнивая их с легендарными футболистами прошлого;

- аллюзии на названия популярных песен:

*April's time for foolish games* [89] – отсылка к песне американской исполнительницы Джуэл “*Foolish times*” и одновременно к празднованию дня смеха (*April Fools' Day*). Автор выражает недовольство и недоумение относительно прошедшего пресс-релиза относительно расписания весенних бейсбольных матчей, причем делает это в такой манере, что читатель, зараженный комическим стилем повествования невольно поддерживает мнение журналиста (*On Thursday, April Fools' Day, we received a press release that surely would end with "April Fools!" Instead, it ended with a phone number and website address for more information* [89]).

С точки зрения частотности, самыми распространенными в спортивных статьях являются аллюзии на литературные произведения (30 %) и на фильмы

(25 %), так же популярны аллюзии на исторические события (19%), аллюзии на музыкальные произведения составили около 14%, на известных личностей – 8% а на знаменательные даты и праздники – 4%.

Наряду с аллюзией, в текстах данного типа довольно распространен прием парафраз, используемого в аналогичных ситуациях. Одним из наиболее часто встречаемых вариантов этого приема отсылка к идиоматическим выражениям и фразеологизмам:

*Sportsmanship: good losers make the game worth the candle* [122] – парафраз идиоматического выражения “*the game is not worth the candle*”, используемый в заголовке статьи, в которой автор критикует неумение многих современных спортсменов с честью принимать поражение;

*It takes two to tangle* [84] – парафраз выражения “*it takes two to tango*”, с помощью которого журналист доводит до читателя мысль о том, какой должна быть конкуренция в спорте;

*It's not over 'till it's overtime* [123] – заголовок образован от выражения “*it's not over till it's over*”.

В основном аллюзия и парафраз характерны для англоязычных заголовков и подзаголовков (90%), намного реже они встречаются в самом тексте статьи. Это объясняется тем, что, будучи умело подобранными под ситуацию, они сразу же привлекают внимание читателя, вызывая необходимые автору ассоциации и интерес к материалу, изложенному в основной части. В процентном соотношении использование аллюзии несколько выше, чем у парафразы, тем не менее, парафраз зачастую производит более глубокое впечатление на читателя за счет эффекта неожиданности и даже комичности, требуя от автора больших усилий для отбора готовой фразы и ее преобразования.

Остановимся подробнее на таком стилистическом приеме, способствующему созданию манипулятивного эффекта на читателя спортивной аналитической, как антитеза (сравнение), которая может быть реализована как на уровне отдельного высказывания, так и проходить через весь текст,

становясь одним из композиционных приемов его построения. В спортивном тексте этот троп может быть выражен в виде противопоставления двух команд, спортивных объектов, мероприятий и т.п. (горизонтальное сравнение), либо сравнения одного и того же объекта в связи с произошедшими изменениями (вертикальное сравнение):

*Once upon a time sportsmanship was about dignity and graciousness in defeat. Today, argues Max Davidson, a brutal desire to win at all costs is destroying this most English of traditions [122].*

В данном примере автор использует антитезу усиленную анафорическим повтором для вертикального сравнения моральных и нравственных изменений, которые затронули спорт, а именно неумения современных спортсменов достойно принимать поражение. Для еще более глубокого воздействующего эффекта и привлечения внимания журналист прибегает к использованию традиционного для английской сказки зачина “*once upon a time*” – аналог русского «жили были», который применяется чтобы передать, насколько далеки по его мнению те времена, когда спортсмены умели с честью переносить неудачи. При этом данное качество автор называет наиболее английским из всех черт характера, связанных со спортивными традициями (“*this most English of traditions*”), взывая к чувству гордости англичан.

*McGregor is good. Nobody denies it. But he would be stepping into Mayweather's ring. No kicking, no elbows and no grappling. Oh, and he'd be facing one of the best boxers in the world. You really think Mayweather can't defend himself? [129]* – здесь журналист сравнивает двух спортсменов, делая прогноз наиболее вероятного результата будущего поединка. Само по себе противопоставление не является средством языкового манипулирования, если оно основано на принципе объективности. В данном примере автор умышленно ограничивает описание достижений Конора МакГрегора, заявляя, что он «не плох» и далее описывает исключительно достижения его противника.

В качестве инструмента манипулирования зачастую используется прием пресуппозиции, выраженный в форме антитезы, благодаря чему создается

впечатление противопоставления слов и действий человека, на которого направлена авторская критика:

*A man so enthusiastic when it comes to new ideas that he spent his entire stay in Spain living in a hotel, not learning Spanish and barking loudly for egg and chips at meal times, Moyes's own lack of enthusiasm has recently been eclipsed only by those of many West Ham fans who heard he was in line to take the job [77].*

В данном примере журналист стремится показать читателям, что заявление Дэвида Мойса, главного тренера «Вест Хэм Юнайтед», об открытости новым идеям вступает в противоречие с его поведением во время поездки в Испанию, хотя фактически оба эти события не являются связанными друг с другом.

Еще одним стилистическим приемом является обыгрывание имени собственного, которое может использоваться для снижения популярности того или иного спортивного деятеля.

Довольно ярким примером реализации этого способа воздействия на мнение читателя является следующий заголовок:

*What's the Mata with Mourinho? [93].*

В данной статье автор выражает недовольство и недоумение успехами футбольного клуба «Челси», а в особенности игрой Хуана Мата, приглашенного в команду новым тренером Жозе Моуринью, в связи с чем в заголовке обыгрывается фамилия игрока (*Mata*) и широко распространенную фразу “*what the matter?*” – «что случилось?».

Еще одной футбольной знаменитостью, зачастую являющуюся объектом для шуток и игры слов является Лионель Месси:

*Messi's mess of a penalty kick dooms Argentina against Chile in Copa final [71];*

*Did he Mess it up? Superstar Leo does the impossible in football but FAILS with awkward wedding kiss [99].*

В первом случае с помощью обыгрывания фамилии футболиста автор усиливает эффект от критики игры спортсмена, а во втором насмешки



направлены уже на его личную жизнь.

Иногда подобная игра слов основывается не только на именах спортсменов и тренеров, но и на названиях команд, спортивных организаций:

*Under Perry, losing isn't OK at KO* [80].

Это название статьи позволяет привлечь внимание читателя к проблемам “*Keystone Oaks*” (KO), команды по игре в американский футбол из Пенсильвании. Благодаря подобной игре слов заголовки не только информируют читателя об основной теме сообщения (проигрыш), но и привлекают внимание, задают темп всей статье и передают авторскую оценку.

Одна и та же информация может быть интерпретирована совершенно по-разному в зависимости от того, как и в каком контексте она предоставляется адресату. Интерпретацию можно считать адекватной, если «реципиент трактует основную идею текста (основную концепцию, проводимую в нем) адекватно замыслу коммуникатора. Если реципиент усвоил, для какой цели (задачи) порожден данный текст, что именно (главным образом, в первую очередь) хотел сказать автор с помощью всех использованных средств, мы можем сказать, что он интерпретировал текст адекватно» [22, с. 214]. Будет ли достигнута поставленная перед автором спортивной статьи коммуникативная задача во многом будет зависеть от того, насколько достоверно и убедительно представлена сущность описываемых предметов, событий или явлений. В связи с этим журналисты прибегают к использованию как прямых, так и косвенных методов оценки и приемов речевого манипулирования.

Следует отметить, что восприятие материала адресатом напрямую связано с синтаксическим оформлением высказывания. На данном языковом уровне воздействующая функция аналитических спортивных статей реализуется с помощью самых различных средств, среди которых, с одной стороны, можно выделить использование авторами статей экспрессивных синтаксических конструкций, а с другой стороны, употребление дискурсивных слов различных классов (вводно-модальных слов, модальных частиц).

Синтаксис спортивных текстов в целом можно охарактеризовать как в

высокой степени экспрессивный. В исследуемых материалах в качестве наиболее широко распространенных экспрессивных синтаксических конструкций, применяемых авторами при написании современных спортивных аналитических текстов, можно отдельно отметить инверсию, риторический вопрос, дубитацию, объективизацию, использование вставных конструкций, синтаксический параллелизм и анафорический повтор. С помощью вышеперечисленных синтаксических приемов происходит реализация общей функции, связанной с воздействием на читателя, а также ряда дополнительных функций, зависящих от интенции журналиста.

Так, с помощью приема инверсии, автор получает возможность выполнять смысловую и интонационную акцентуацию необходимых частей предложения, отклоняясь в нужный момент от привычного читателю порядка слов. Зачастую к этому способу прибегают при необходимости выделить логический предикат – рему.

Рассмотрим следующий пример:

*Sailing up the Liffey in their team longboat with the giant figurehead of granite-jawed Euro 92 legend Kim Vilfort staring menacingly ahead from its prow, the Danes arrived with the jeers of thousands of their unhappy compatriots still ringing in their ears [78].*

В этом случае инверсия сопровождается целой группой стилистических приемов, что позволяет автору достичь большей эффективности при выражении эмоциональной характеристики, акцентируя внимание на сатирическом аспекте повествования: инверсия выдвигает на передний план метафору, используемую для визуализации гипертрофированно-комического образа команды.

*Nevertheless, for all his regular talk about people not really knowing who he is, after 2,159 minutes without scoring, one can't help but wonder if the striker even knows himself very well any more [79].*

Обращаясь к приему инверсии, в этом случае автор привлекает внимание читателя к фактам, возмущившим его, повышая эмоциональный уровень высказывания.

Для журналиста первостепенной задачей является не только привлечение аудитории, но и сохранение ее внимания на протяжении всей статьи, для чего автор ненавязчиво указывает читателям на наиболее значимые моменты и периодически повышает градус эмоциональности текста, что и реализуется с помощью данного синтаксического приема. Приведенные примеры показывают, что инвертированность порядка слов в спортивных статьях позволяет не только выделить логически значимый фрагмент высказывания и привлечь внимание к новой и важной информации, но и создать необходимую экспрессию для оказания воздействия на читателя, придания живости и динамичности повествованию. С точки зрения манипулирования, инверсия позволяет автору усилить эмоциональность или создать комический, иронический эффект, используемый порой в совокупности с другими приемами для дискредитации человека, организации или страны в целом.

Довольно распространенным синтаксическим приемом, используемым журналистами при написании аналитических текстов, в том числе и спортивных, является прием парантезы. Он применяется преимущественно в тех случаях, когда необходимо произвести дополнительное разъяснение, показать авторскую оценку или ввести в текст добавочное сообщение, при этом сама вставная конструкция совершенно не обязательно должны быть связана в синтагматическом плане с основным предложением. Прием парантезы отличается от обособлений, вводных слов и предложений в плане функциональности и синтаксиса. Одно из наиболее существенных его отличий заключается в том, что вставная конструкция может быть представлена самыми разнообразными синтаксическими единицами, и быть выражена в виде словоформ, словосочетаний, простых или сложных предложений. В редких случаях парантеза даже может включать в себя значительные фрагменты текста. Минимальные вставки в виде вопросительного и восклицательного знака также можно встретить в информационно-аналитической статье, хотя и не часто, так как авторы в большинстве случаев предпочитают выражать свое отношение к происходящему в более развернутой форме, объясняя свою позицию читателю.

В отличие от вводных слов и предложений, парантезе присуща своя собственная цель высказывания, которая может не совпадать или полностью противоречить тексту основного предложения, в таких случаях речь идет о реализации воздействующей или даже манипулятивной функции, частью которой может являться данный синтаксический прием. Помимо этого, вставные конструкции позволяют внести необходимые дополнения, уточнения или разъяснения, относящиеся к основному предложению и служат механизмом активизирования внимания аудитории:

*And just last week, Nike announced that it was raising the minimum wages of employes in Indonesia to the equivalent of \$29.50 per month, slightly above the country's new minimum wage (and roughly one-fifth of the retail cost of a pair of top-of-the-line Nike Air Jordans) [86].*

В этом примере с помощью приема парафразы автор вводит дополнительную информацию, на прямую не связанную с основным предложением, которая позволяет читателю соотнести минимальный заработок работника фирмы «Найк» в Индонезии со стоимостью пары кроссовок. Сама по себе положительная новость о повышении заработной платы в совокупности с дополнительной информацией приобретает отрицательную коннотацию, с которой читатель автоматически соглашается, несмотря на то, что ему не предоставляется фактическая информация, свидетельствующая о финансовом положении и роде занятости сотрудников.

Помимо скобок парантеза может выделяться в тексте с помощью тире:

*And more layoffs appear imminent — jobs and careers ended or interrupted — so ESPN can save money [90].*

Автор статьи рассказывает о проблемах, с которыми столкнулся американский спортивный кабельный канал ESPN и о том, как он пытается их разрешить, сокращая показы матчей и увольняя сотрудников. С помощью парантезы журналист делает новость о сокращениях менее абстрактной, говоря о конкретных людях, которые потеряли работу, и, как результат, вызывая более глубокие эмоции читателя и чувство сопереживания.

Таким образом, прибегая к использованию приема парантезы автор получает дополнительные возможности, позволяющие включить необходимую информационную справку, выразить личное отношение, ввести необходимые комментарии, влияющие на восприятие информации читателями, или же акцентировать внимание на дополнительных, но, тем не менее важных данных. Наряду с этим, использование вставной конструкций способствует созданию иллюзии сближения журналиста и читателя, так как производит ощущение прямого обращения к реципиенту или видимости возможности заглянуть в мысли автора, благодаря чему достигается более близкий контакт с публикой. Изучение текстов информационно-аналитических статей спортивной тематики позволило сделать выводы о том, что данная экспрессивная синтаксическая конструкция является довольно распространенной в спортивных аналитических текстах и предоставляет широкие возможности для осуществления речевого манипулирования.

Не менее значимым приемом, свойственным спортивным информационно-аналитическим газетным текстам является синтаксический параллелизм. Данный прием заключается в тождественности построения расположенных рядом предложений или их частей. Данный синтаксический прием позволяет усилить часть текста с помощью обобщающих слов, значение которых также приобретает дополнительную мощь, полноту, яркость за счет повторения. Зачастую такое усиление необходимо для передачи автором важности, значимости описываемого явления, а также для настроя реципиента на нужный лад. В целом, синтаксический параллелизм весьма характерен для английских текстов, в том числе и для спортивных материалов.

С точки зрения речевого манипулирования отдельное внимание заслуживает использование отрицаний “no”, “not”, “nothing” в параллельных конструкциях, повторение которых способствует увеличению воздействия на читателя и создает напряжение:

*No mirrors, no machines to isolate muscles, no stationary bikes, no display cases full of expensive powders and bars [125].*

В этом примере с помощью ряда отрицаний автор создает яркую картину в глазах читателя, показывая таким образом, что представляет из себя новый вид тренировок – кроссфит. Подобная подача делает акцент на его уникальности и необычности, пробуждая более глубокий интерес у читателя.

*Nothing revolutionary, nothing really insightful, nothing every Cowboys fan wasn't thinking [81];*

Данный случай использования синтаксического повтора также демонстрирует использование повторяющихся отрицаний для создания общего благоприятного эффекта. В данном случае журналист с помощью них передаёт заряд положительных эмоций читателю, утверждая, что победа команды была ожидаема и закономерна, и что спортсмены без усилий могут справиться с любыми препятствиями.

*No Olympics, no Commonwealth Games and no major team World Cups. But there will still be plenty of must-see sport and must-see athletes in action in 2017 [100];*

Этот пример демонстрирует искусственное нагнетание обстановки, создание напряжения у читателя с помощью сообщения о том, что на первый взгляд в 2017 году не ожидается никаких интересных событий в мире спорта, с последующим предоставлением информации о том, какие спортивные мероприятия можно ожидать в этом году. Возможно, без дополнительного стимула они бы не предоставляли интереса для читателя, но с помощью такой манеры подачи журналист, манипулируя сознанием публики, пробуждает интерес к событиям и самой статье.

Помимо использования отрицательных конструкций при введении в текст анафорического повтора используются и другие варианты:

*But do not let it be forgotten how shady this win was. It's the Tuck Rule of Supreme Court trademark rulings. It still counts. It still adheres to the law in place. It's also still as backdoor as a court win can be [104].*

Журналист в эмоциональной форме говорит о том, что победа команды в матче по американскому футболу была в высшей степени противоречивой и

завесила исключительно от субъективного решения судьи. В этом примере использование синтаксического параллелизма позволяет усилить эффект, производимый обобщающим словом, делает описание полным, объемным, насыщенным. Повторяющееся наречие “*still*” несет в себе основную смысловую нагрузку.

Зачастую параллельные синтаксические конструкции строятся по принципу анафоры. С помощью анафорического повтора, представляющего собой прием единоначатия следующих друг за другом предложений или их частей, становится возможным перенос значительной смысловой нагрузки на единицы, находящиеся в анафорической позиции, и создать необходимый ритм всему высказыванию, значительно усиливая эффект передаваемого материала или же позволяя провести необходимые параллели:

*Once upon a time sportsmanship was about dignity and graciousness in defeat. Today, argues Max Davidson, a brutal desire to win at all costs is destroying this most English of traditions* [122].

В данном случае анафорический повтор с помощью единоначатия усиливает эффект от сравнения, проводимого автором между прошлым и настоящим моральной и нравственной составляющей спортивного состязания.

Помимо использования повторов, позволяющих создать необходимый настрой и напряжение, для англоязычной спортивной статьи характерно использование градации, представляющие собой развертывание слов в синонимичный ряд, при этом каждая последующая единица ряда усиливает эффект от предыдущей. Примеры использования данного приема можно проследить в следующих фрагментах спортивных статей.

*Give the legal team for Washington's NFL team credit. Its approach to reclaiming its federal trademark to the "Redskins" name was one of the more cynical, disingenuous, backhanded moves imaginable. And apparently, it worked.* [104].

Данный отрывок текста демонстрирует возрастающую степень эмоционального напряжения, передаваемого с помощью использования группы эпитетов, оценивающих судебные разбирательства о восстановлении права на

использование названия команды по игре в американский футбол. Этот прием позволяет значительно усилить эффект неожиданности от последующего предложения (“*And apparently, it worked*”).

И далее автор снова прибегает к этому же приему, чтобы более насыщенно описать победу в суде, делая благоприятный исход иска спортивной команды символом надежды для всех остальных, нуждающихся в справедливости:

*Once again, the people who are actually marginalized, persecuted and offended see the laws and the legal system working against them [104].*

Следующий вариант использования приема градации довольно типичен для спортивных текстов:

*And Russell was Russell: the best player on the best team, the greatest winner of all time [101].*

Здесь автор с помощью приема градации эмоционально описывает успехи игрока НБА Расселла Д’Анжело и делится с читателями радостью от победы любимой команды.

Зачастую для достижения необходимого манипулятивного эффекта прием градации используется в сочетании с рядом отсылок к неопределенной референтной группе (или группам) с постепенным наращиванием эмоциональной составляющей [15, с. 78]:

*These experts often recommend the design and delivery of education and prevention programs focused on topics like ethics and integrity, sporting values and culture, and the like – programs designed by them that need significant funding, take time to deliver, and require financial and other support over the long term in order to see desired changes... Some might say that the recent alleged case of mechanical doping proves that cycling has already arrived at that terrible place. Many cycling fans are fed up, and the international governing bodies of the sport appear to too [75].*

В данном примере, во-первых, наблюдается большое количество ссылок на участников неопределенных референтных групп, что применяется для



создания впечатления объективности, значимости и массовости выражаемого мнения, во-вторых, отсылка к точкам зрения сторон подкрепляется градацией, представленной в виде возрастающей эмоциональности и экспрессивности выражения их позиций, что значительно увеличивает эффектность подачи материала и увеличивает убедительность и степень воздействия текста.

Довольно большую роль в установлении связи с читателем и сокращении дистанции играют средства диалогизации и интимизации изложения, обладающие значительной силой воздействия. Данные приемы включают в себя:

- формы обращения посредством личных местоимений или прямого наименования адресата;
- императивы;
- дубитация и риторические вопросы, служащие эффективным средством активации аудитории, которые применяются для выделения в тексте значимой компоненты.

Использование личных местоимений, преимущественно местоимения *we* (мы) в совокупности с размытием содержания активно и используется для создания чувства единства и близости читателей и журналиста. Эта разновидность приема интимизации также известна как генерализация сторонников точки зрения говорящего:

*We would like to think we could recognize a kangaroo court, if that's what it is; or the pained, reluctant, and incredibly compelling eye-witness testimony of former friends of the accused, if that's how it would have gone down [92];*

*What are we "outsiders" to think about either the case against Armstong, or of his case against the USADA's "witch hunt," as he calls it? [92].*

В данном случае прием интимизации повествования с помощью местоимения *we* в совокупности с целым рядом других стилистических, синтаксических и лексических средств позволяет автору создать впечатление того, что он находится «по одну сторону баррикад» с читателем и не располагает какими-либо особыми сведениями, что, тем не менее, не мешает

ему настойчиво убеждать аудиторию в своей точке зрения.

Риторические вопросы, рассчитанные на однозначный положительный или отрицательный ответ, содержащийся уже в самом вопросе, служат средством выражения экспрессии и активизации читателей, выделяя в тексте наиболее существенные компоненты:

*But wouldn't it be glorious if one feature of the 2005 series were to be reproduced this year – the exemplary sportsmanship displayed by both teams? [122].*

В данном случае автор ставит перед читателями вопрос, не требующий ответа, но уже наделенный определенным контекстом (мыслью о необходимости возрождения принципов порядочности и достойного поведения во время соревнования). Именно окружающий контекст вынуждает публику невольно мыслить и развивать предложенную ей идею в нужном направлении, не задумываясь о том, действительно ли эти качества ушли из спорта.

Рассмотрим пример сочетания дубитации, включающей в себя обращение к определенной группе лиц:

*Past and present cyclists, while you're waiting for the governing bodies, anti-doping agencies, and experts to fix things, what will you do about doping and other forms of cheating in cycling now? Do you even care? [75].*

В данном случае эмоциональный вопрос-обращение к спортсменам-велосипедистам используется не только для оказания влияния на их позицию, но и для пробуждения более глубокой ответной реакции у всей аудитории. При этом следует обратить внимание на заключительное высказывание, включающее в себя использование личного местоимения “you”, и выводящее эмоциональность повествования на новый уровень. В этом примере автор с помощью ряда вопросов автор не только выражает личное настроение и заражает им читателя, но и преподносит готовый ответ под видом вопроса.

Помимо риторических вопросов широко распространен прием объективизации, выражающийся в виде конструкций, содержащих в себе вопрос и ответ, когда писатель задается вопросом и сам же находит на него ответ. Эта синтаксическая конструкция позволяет лучше раскрывать отдельные

аспекты основного вопроса, способствуя логичному развертыванию текста и создавая основу для последовательных рассуждений, благодаря чему возникает некое подобие диалога между автором и читателем и значительно упрощается задача по привлечению и удержанию внимания последнего.

Рассмотрим следующий пример использования объективизации:

*How many chances do you think you've had to become a god? Leo Messi is down to his last shot, according to the lively Argentina fans that our pals from Copa 90 spoke to about the 2018 World Cup [116].*

В данном случае прием объективизации используется не столько для развертывания авторской мысли, сколько для ведения скрытого диалога с читателем и привлечения его внимания необычным обращением.

Использование императивных конструкций в первую очередь свойственно рекламным и политическим слоганам, тем не менее, их можно встретить и в статьях спортивной тематики:

*Do not miss a fascinating F1 Report as Natalie Pinkham is joined in the studio by Sky F1's Damon Hill and journalist Ben Hunt [95];*

*What did Heat do for captain Udonis Haslem on the first day of free agency? You must see it for yourself [91].*

Благодаря различным формам повелительного наклонения, автор, в зависимости от цели статьи и аудитории, в той или иной степени категоричности призывает читателя к определенным действиям. В отличие от рекламных текстов, в спортивных статьях такой способ привлечь внимание не вызывает у публики негативной реакции, так как не подразумевает стремления навязать определенные товары и услуги, а ставит целью возбудить интерес к материалу или спортивному событию. Директивный речевой акт спортивной статьи отличается отсутствием у адресанта более высокого статуса по сравнению с адресатом, поэтому коммуникативное намерение воспринимается как совет или рекомендация. При этом стоит обратить внимание на особый характер и редкость использования императивов запретительного характера, так как при неправильной подаче они могут вызвать замешательство у читателя

и негативную реакцию.

Таким образом, дополнение прямых способов оценки событий косвенными на стилистическом уровне позволяет автору спортивного аналитического текста не только более точно передать свое собственное отношение к тематике статьи и сделать его более обоснованным и авторитетным в глазах читателя, но и незаметно для последнего влиять на формирование его взглядов, социальной позиции, мироощущения.

Если судить о частотности использования тех или иных лексических стилистических приемов, то на первое место выходит использование метафор и сравнений (37% и 24% соответственно), чуть менее распространены случаи осуществления речевого манипулирования посредством антитезы (18%), и гиперболы (14%), аллюзия (3%), парафраз и игра слов на основе имен собственных – по 2%.

В целом, говоря об особенностях спортивной информационно-аналитической англоязычной статьи, следует отметить броскость заголовков, зачастую отражающих субъективную позицию автора, логичность и аргументированность текста и большое разнообразие изобразительно-выразительных средств, призванных обратить внимание читателя на важные аспекты, порой вызвать ироничную улыбку и, в конечном итоге, убедить в правильности авторской позиции. Довольно характерным явлением для англоязычных статей является осуществление речевого манипулирования на стилистическом уровне с помощью языковой игры, позволяющей реализовать фактор смеха. Его роль в качестве манипулятивного средства в спортивном тексте связана с тем, что понимание слова, словосочетания или целой части текста напрямую зависит от контекста, который включает в себя не только общественные, культурные и социальные практики, но и психологический фактор, составляющий основу любого дискурса. Именно психологическая природа манипулирования позволяет использовать комический эффект в спортивном дискурсе в качестве одного из наиболее значимых способов реализации коммуникативных установок автора. Проведённый анализ наиболее

распространенных способов использования синтаксических приемов, позволяющих осуществлять речевое манипулятивное воздействие в аналитических статьях спортивного дискурса, позволил сделать следующие выводы. Во-первых, все рассмотренные приемы значительно отличаются по типу воздействия и интенсивности, к одним из наиболее эффективных и выразительных синтаксических приемов, формирующих настрой и позицию читателя, можно отнести градацию, инверсию, параллелизм и дубитацию. Во-вторых, с точки зрения частотности, наиболее распространенными приемами являются парантеза (25%), объективизация (20%), анафорический повтор (10%) и риторический вопрос (17%). При этом стоит отметить то, что различные синтаксические приемы языкового воздействия используются в спортивных текстах во всей своей совокупности, дополняя друг друга и другие языковые средства, для достижения коммуникативной цели. В результате исследования были выявлены наиболее эффективные варианты подачи спортивного материала, что может успешно применяться при написании спортивных статей и проведении анализа текстов спортивного дискурса.

## **2.2 Лексические единицы в реализации манипулирования**

Данный параграф посвящен исследованию лексико-семантических особенностей речевого манипулирования, их частотности, целей использования и способов реализации.

Спортивная лексика представляет собой постоянно развивающуюся систему, и в первую очередь происходящие изменения затрагивают тексты газет и телепередач, так как именно через них широкая аудитория узнает о происходящих переменах и событиях. Выбор лексических единиц производится с учетом взглядов и вкусов конечного потребителя – массовой аудитории, интересующейся спортивными мероприятиями, а также опираясь на задачи, поставленные перед журналистом. В соответствии с ними, журналисты не редко прибегают к использованию довольно широкого спектра способов и приемов языкового воздействия, от намеренного искажения фактов, путем

придания словам дополнительного значения, не свойственной им ранее коннотации, и заканчивая изящной игрой слов и использованием разнообразных тропов и стилистических приемов. При этом основу для реализации базовых функций спортивного текста и выполнения конкретных задач, стоящих перед автором информационно-аналитической статьи составляет все многообразие лексического состава языка.

В результате речевого воздействия на сознание человека происходит формирование эмоционально-оценочных компонентов, в связи с чем, изменение ассоциативного поля слова, происходящее путем придания лексической единице дополнительных оценочных характеристик, ведет к упрощению формирования новых необходимых автору концептов и изменению картины мира читателя. Таким образом, лексика представляет собой богатый материал для языкового манипулирования и является базисом для формирования концептов, которые в свою очередь являются основой для построения языковой картины мира.

Одной из тенденций современного языка масс-медиа, в особенности языка спортивных статей, стало огрубление и повышение уровня агрессии при подаче материала. В то же время не редким является и обратное явление – использование широкого спектра эвфемизмов, которые зачастую применяются в СМИ для реализации акта манипулирования сознанием читателя. Их манипулятивная значимость объясняется способностью скрывать и завуалированно преподносить реципиенту явления, сами по себе обладающие негативными характеристиками. Эвфемизация спортивного дискурса связана с повышенной конфликтностью и эмоциональностью данной сферы жизнедеятельности. Публичное осуществление коммуникации, в процессе которой журналист затрагивает конфликтные аспекты спортивных мероприятий, в особенности международных, обязывает его проявлять определенную осторожность в выборе языковых средств. Таким образом эвфемизация текста весьма распространена при реализации такой специфической черты медийной речи, как оценочность, так как для выражения

отрицательной оценки авторы современных статей не редко прибегают к использованию данного приема.

Для современных англоязычных спортивных статей характерны следующие эвфемизмы:

*Every fan who has ever worshiped Lance Armstrong in this way, as I did throughout his active career, now has yet another unavoidable and unpleasant moment of reappraisal to deal with [92].*

В данном случае речь идет о скандале, который разразился по поводу нарушения правил употребления допинга знаменитым американским спортсменом Лэнсом Армстронгом. Журналист выражает сомнение в виновности последнего и старается смягчить описание выдвигаемых обвинений:

*What are we “outsiders” to think about either the case against Armstrong, or of his case against the USADA’s “witch hunt,” as he calls it? [92];*

*Again, whether Lance is telling the truth or not, these are all rather shaky grounds for a strong conviction that his is [92].*

Все, что связано с самим спортсменом журналист обозначает словом “*case*” – «дело», не вдаваясь в подробности и не добавляя эмоциональной окраски, привлекающей внимание, в то время как для описания действий обвиняющей стороны используются манипулятивная тактика обвинения с помощью использования фразеологических оборотов. При этом, не смотря на выражение сомнения в законности судебного разбирательства, журналист не заявляет открыто о ложности доказательств, а прибегает к эвфемизации, говоря лишь, что они довольно слабые – “*rather shaky grounds*”. Тем не менее, не смотря на защиту многих журналистов и общественности в 2012 в результате следствия американский велогонщик был признан виновным и лишен всех спортивных титулов, полученных с 1998 года.

Еще одним примером распространенного случая использования эвфемизмов в газете служит описание проигрышей любимой команды, с помощью которых журналист старается «смягчить удар» для фанатов, называя

поражение опытом (“*experience*”):

*Bitter experience keeps Man City's Guardiola grounded* [111].

Таким образом, с помощью эвфемизмов становится возможным скрыть от читателя истинную сущность явления посредством искусственного создания нейтральной или положительной коннотации или в более мягкой форме преподнести негативную новость. Этот прием рассчитан на то, что мозг современного человека вынужден перерабатывать огромные массивы информации, в связи с чем не всегда может вычленив эвфемизм из контекста и осмыслить его.

С точки зрения склонности языка спортивных материалов к повышенной эмоциональности и экспрессивности, весьма распространенным является противоположный эвфемизму по цели и характеру прием дисфемизации. Он заключается в обозначении какого-либо предмета, явления или события более вульгарным словом или выражением. Таким образом, дисфемизмы находятся в оппозиционном отношении с эвфемизмами в плане оценочных ассоциатов и используются для придания негативной окраски денотату, будучи ориентированными на отрицательное речевое воздействие на реципиента.

Повышенная эмоциональность, порождаемая условиями самого спортивного соревнования, динамикой развивающихся действий, ситуациями соперничества и переходящего успеха спортивной борьбы, высокое внутреннее напряжение передаются от спортсменов болельщикам и журналистам, и могут порой выходить за границы спорта и влиять на взаимоотношения людей, регионов, стран-соперниц.

Примером того, как влияет отношение автора к той или иной команде на то, под каким углом будут обзреваться спортивные события, какие языковые средства будут выбраны и на сам уровень эмоциональности подачи материала, является статья в “Бостон Геральд”, написанная в ответ на обвинения, выдвинутые бостонской команде “Рэд Сокс”, которая была уличена в нарушении правил:

*Yankees rat to MLB about stolen signs* [85].



В данном примере автор статьи использует данный лексический прием дисфемизации для передачи негативной смысловой нагрузки и усиления экспрессивности речи. В этом случае дисфемизмом является глагол “*to rat*”, имеющее следующую дефиницию:

*rat / ræt/ verb, informal, to tell someone in authority about something that someone you know has done wrong [63, с. 1168].*

Использование более сниженного синонима слова “*complain*” в данном случае позволяет передать негативное отношение автора и выразить осуждение, убедить читателя в том, что «Янкиз» несправедливо и малодушно обвинили «Ред Сокс» в использовании современных технологий для того, чтобы получить превосходство над соперником. Тем не менее, последующее расследование доказало правомерность обвинений, выдвинутых «Янкиз», хотя, благодаря подбору лексических единиц, у многих болельщиков «Ред Сокс» сохранилось чувство несправедливости и агрессии по отношению к другой команде.

*The Wizards, coming off a despicable defeat to the Sixers, were 2-8 after having the riot act read to them by their first-year coach Scott Brooks, who questioned their professionalism [67].*

В данном примере для описания поражения команды журналист характеризует неудачное выступление как презренное, убогое, жалкое:

*despicable / di'spikəbl / adj, extremely unpleasant; deserving of contempt or scorn; vile [63, с. 376].*

Таким образом, рассказывая о том, как баскетбольная команда «Нью-Йорк Никербокерс» проиграла другой команде, «Вашингтон Уизардс», которая сама недавно потерпела «позорное поражение», автор еще больше сгущает краски, описывая неудачу команды и передавая свое презрительное отношение:

*The Knicks backup point guard is fed up with the club's inability to stay focused away from the Garden [67].*

Дисфемизм “*fed up*” имеет следующее определение:

*fed up /'fed'ʌp / adj, informal, annoyed or bored with something that you feel*

*you have accepted for too long* [63, с. 511].

Таким образом, использование эвфемизмов и дисфемизмов, представляющих богатый тактический языковой материал, позволяет авторам достигнуть желаемого прагматического эффекта и осуществить целенаправленное воздействие на читателей, которое реализуется посредством различных стратегий и языковых тактик, в частности стратегий дискредитации и оправдания. Дисфемизмы могут быть представлены как негативно окрашенной и заниженной лексикой, так и вполне нейтральными словами и выражениями, которые приобретают отрицательную оценку исключительно в рамках определенного контекста. Эвфемизмы и дисфемизмы, применяемые для реализации тактики издевки нередко носят ироничный и пренебрежительный характер. С точки зрения частотности, в большей мере для спортивных статей характерен процесс десфемизации, что обусловлено эмотивной составляющей спортивного дискурса.

Материалы спортивных статей могут быть представлены как «концентрированные эмоциональные апелляции, построенные на использовании экспрессивной, коннотированной лексики» [5, с. 49], в связи с чем для управления эмоциональным фоном и переживаниями читателей зачастую используются слова-аффективы, представляющие собой эмоционально-оценочную лексику, используемую для управления настроениями и состояниями читателей. Высокая степень насыщенности речи языковыми эмоционально-экспрессивными средствами разных уровней призвана эмоционально заражать аудиторию, в связи с чем авторы не редко прибегают к использованию аффективов – эмоционально оценочных слов, в том числе слов-лозунгов. Они способны влиять на психические аспекты общественного сознания и способствовать зарождению разного рода чувств и переживаний (например таких, как ненависть, тревога, страх, удовлетворение, национальная гордость, патриотизм и т. д.).

К аффективам, наиболее часто используемым в англоязычных спортивных текстах можно отнести такие слова и словосочетания, как “*human*

*dignity*» («человеческое достоинство»), “*dream of billions*” («мечта миллиардов»), “*hope*” («надежда»), “*pride*” («гордость»), “*tragedy*” («трагедия»), “*patriotism*” («патриотизм»), “*faith in the ideals*” («вера в идеалы»), “*beliefs*” («убеждения»), “*ultimate triumph*” («окончательный триумф»), “*dramatic game*” («напряженная игра»), “*significant primacy*” («значительное преимущество»), “*crushing the hopes*” («крушение надежд»), “*fair competition*” («честное соревнование») и др.

Рассмотрим следующие примеры, взятые из статьи «Телеграф», посвященной моральным и нравственным ценностям спорта:

*Once upon a time sportsmanship was about dignity and graciousness in defeat* [122];

*Di Canio was one of the bad boys of football but, in the heat of battle, still managed to do the decent, honourable thing* [122];

*It is often forgotten that we also bequeathed the world something else: a belief in fair competition and playing the game in the right spirit* [122];

*Nobody articulated those beliefs more fervently than the famous Corinthian Football Club, founded in 1882* [122].

Слова подобного рода, проходящие красной нитью через весь текст статьи обладают уникальной возможностью настраивать читателя на определенный лад и пробуждать глубокие эмоциональные переживания. В частности, в спортивной тематике слова-аффективы зачастую применяются к описанию спортивного мероприятия, победы или поражения:

*Hockeyroos win Commonwealth Games gold in dramatic final against England* [98];

*Australia's Hockeyroos needed to conjure a last-minute equaliser then win a dramatic penalty shootout to snatch a gold medal from Ashes rival England* [98];

*The equalising goal came just when all hope seemed extinguished* [98];

*But then came Kenny's flick and Lynch's heroics and a win for the ages* [98].

Таким образом, слова-аффективы, не будучи обремененными дополнительной оценочной характеристикой, позволяют привнести в публицистический макротекст необходимые автору эмоции. Они призваны не

столько указывать на определенное явление, факт или событие, сколько задавать эмоциональный подтон и общее настроение всему тексту и помочь автору погрузить читателей в искусственно созданную психологическую атмосферу.

Использование слов-аффективов лежит в основе довольно распространенного манипулятивного приема, получившего название «наклеивание (навешивание) ярлыков» который применяется для создания негативных образов, основанных на спекулятивном использовании эмоционально-окрашенных слов [15, с. 86]:

*Advances in science and anti-doping strategies were undermined by a 'well-oiled' machine geared up to helping Russian athletes cheat at major international competitions including the London and Sochi Olympic Games [86];*

*McLaren's second report added depth and supporting evidence to the initial published in July - that Russia operated a state-sponsored doping programme [119];*

*Some of the details really do defy belief, and the fact the Russian government is so strongly implicated will inevitably lead to calls for Russian athletes to be banned from the 2018 Winter Olympics, and perhaps even for the 2018 football World Cup to be taken away from the country [119].*

*There was no one 'smoking gun' that indicated state sponsorship of systematic cheating on doping tests. Many scientific disciplines worked together in a 'global approach to building up a weight of evidence' of Russian tampering [115].*

*Maria Sharapova drugs shame: Positive meldonium tests are on the rise, and fast... it has long been a concern in athletics [83].*

Данный прием позволяет закрепить в сознании объекта манипуляции чей-либо дискредитирующий образ. Основным источником возникновения ярлыков являются средства масс-медиа, а наиболее удачные варианты становятся частью языка и постепенно теряют свою новизну и оригинальность. Навешивание ярлыков представляет собой одну из разновидностей психологического программирования массового сознания и являются одним из наиболее распространенных способов насаждения массовых стереотипов.

Говоря об использовании эмоционального фактора спортивных текстов для манипулирования сознанием читателя, следует отметить такую особенность статей такого рода, как использование разговорной лексики или сленга для произведения эффекта сближения с читателем или придания описанию дополнительной эмотивности или комичности:

*Heck, he was even trying to help by setting up an eponymous foundation which he hoped would eventually raise enough money to build a hospital [79];*

*But this one felt extra special: Westbrook had spent the previous two weeks on something of an MVP vigilante tour, one that was missing only a remember-it-10-years-from-now "HOLY SHIT!!!!!!" moment [101].*

Одной из целей использования данной лексики в спортивных информационно-аналитических материалах является стремление автора стать ближе к читателю, желание подчеркнуть общность интересов и взглядов или же пробудить у него волну эмоций и ярких впечатлений, позволяющих заново пережить эйфорию от спортивного мероприятия. Но не следует забывать, что хотя сленг и просторечия значительно обогащают язык статей, они должны употребляться в меру и быть стилистически уместными, чтобы не снижать качество текста.

Еще одной лексической особенностью, характерной для англоязычных газетных текстов, в том числе и спортивных, призванной повысить оригинальность подачи материала и усилить воздействие на читателя, является активное использование индивидуально-авторских неологизмов:

*There have been a lot of reports on scandals and blamestorming in the Russian team, but how have the athletes been doing? [72].*

В данном случае неологизм *blamestorming* можно перевести как «поиски виноватого», «поиски козла отпущения», благодаря которому автор дает понять читателю в короткой и образной форме о несправедливости обвинений и разбирательств, вместо которых необходимо заняться совместным решением проблемы.

Не менее ярким инструментом манипулирования сознанием читателя с

помощью создания новых слов являются отонимические дериваты, в особенности, образованные от фамилий известных спортсменов и тренеров. Одним из наиболее известных дериватов в мире спорта последнего времени стал глагол, “*to Kerzhakov*”, укоренившийся после чемпионата Евро-2012 и периодически используемый в спортивных текстах:

*That's a bad miss. You could even say he Kerzhakoved it [103].*

Иногда подобный тип словообразования также используется для передачи массовости какого-либо явления или популярности личности с некоторым оттенком ироничности:

*Ronaldomania hits Madrid [96].*

Таким образом, благодаря экспрессивному словообразованию в газетных текстах может передаваться иронический, сатирический окрас или же стремление выделить определенную часть материала, при этом, чем новее, оригинальнее и уместнее новое слово, тем большее впечатление оно производит.

С точки зрения манипулирования на лингвистическом уровне, одним из наиболее эффективных средств реализации воздействующей функций спортивных текстов являются разнообразные фразеологизмы, которые широко используются в различных статьях спортивной направленности.

Рассмотрим следующие примеры использования фразеологических оборотов в спортивной аналитике:

*With the ball in his hands, he's more bull in a china shop than finesse, and he's apt to carry a few guys with him [87];*

*We would like to think we could recognize a kangaroo court, if that's what it is; or the pained, reluctant, and incredibly compelling eye-witness testimony of former friends of the accused, if that's how it would have gone down [92];*

*What are we “outsiders” to think about either the case against Armstrong, or of his case against the USADA's “witch hunt”, as he calls it? [92].*

В данных примерах использование фразеологических единиц позволило автору заострить внимание на негативных аспектах описываемых явлений и

реализовать манипулятивную тактику обвинения. В первом случае лицо, на которое направлена тактика известно, а в остальных случаях использован прием безличного обвинения.

В разного рода средствах массовой информации нередко можно наблюдать использование манипулятивных приемов, основанных на сочетании правильного подбора лексического материала и его грамматической формы, одной из наиболее распространенных конструкций такого рода является ссылка на неизвестный источник. Данный прием используется в том случае, когда автор не хочет брать на себя ответственность за передаваемые реципиенту данные (также этот прием известен как «нереферентность при названии источника информации» [15, с. 18].

Для реализации данной манипулятивной техники в англоязычных статьях наиболее часто встречаются следующие конструкции:

- *according to information from non-governmental sources* (согласно информации, поступающей из неправительственных источников);
- *according to information obtained from various sources* (согласно полученной из различных источников информации);
- *according to press reports* (по сообщениям прессы);
- *rumored to be* (по слухам);
- *based on information from unverified sources* (по непроверенной информации);
- *it became known that, was known that* (как стало известно);
- *according to reliable sources* (по сведениям из надежного источника);
- *they say* (говорят, что);
- *it is believed that* (есть мнение, что) и т. п.

В спортивных аналитических статьях наиболее распространены следующие вариации этого приема:

*Some athletes say they stopped taking meldonium before it was banned but have still tested positive, and Wada said on Wednesday that athletes in that position could avoid sanctions if that argument is backed up by data showing a low*

*concentration of the substance in their sample [127];*

*According to the source, the case of the doping abuse with Sergeyeva is currently the only one among all of the Russian national bobsledders [120];*

*According to sources who spoke to BloodyElbow under the condition of anonymity, a significant percentage of Russian MMA fighters and boxers continue to use the substance [108];*

*The maximum punishment available is four years but it is believed she would get a lenient ban between six and 12 months, which would start from the date of her provisional suspension on 12 March [117].*

Подобные фразы предоставляют возможность журналисту не только сохранить в случае необходимости анонимность источника, пожелавшего остаться неназванным, но и позволяют в какой-то степени снять с себя ответственность за предоставленные широкой общественности данные.

Правильный выбор лексических средств и грамматических форм позволяет автору избежать ответственности за ложную информацию и в тоже время преподнести материал в нужном свете, не нарушая формальных правил.

Наравне со ссылкой на нереперентный источник в газетных текстах нередко используются такой прием речевого манипулирования, как использование лексем-ограничителей. Их основная функция заключается в снижении силы утверждения. В английском языке для обозначения этого приема был введен термин “*hedges*”. Лексем-ограничители подразделяются на три большие группы: оптимизирующие ограничители, ограничители силы и ограничители ментального размежевания.

Оптимизирующие ограничители указывают на возможность наличия в утверждении ряда неточностей, хотя в целом передаваемая информация верна. К этому типу ограничителей относятся следующие выражения: *formally*, *technically* (формально), *strictly speaking* (строго говоря), *in some respect*, *in certain respects* (в определенном отношении), *in some sense* (в некотором смысле) и др.:

*Even if, strictly speaking, such a case falls within the application of the anti-*



*doping rules for the rider concerned, the imposition of negative consequences for the whole team would be inappropriate and disproportionate [74].*

Вторая группа включает в себя ограничители силы утверждения. К ним относятся такие выражения, как: *at least* (по крайней мере), *kind of* (вроде, как бы), *may be assumed* (можно предположить). С помощью этой категории лексем-ограничителей автор получает возможность снять с себя ответственность за конкретный тезис.

Вариации использования таких ограничителей можно обнаружить в следующих примерах:

*Even though we are not aware of the meldonium dosage prescribed to Ms Sharapova, it is safe to assume that, in the absence of oral carnitine supplementation, her muscle carnitine content would have been, at most, only modestly decreased, and would have resulted in a minimal impact on her muscle oxidative capacity... [109];*

*But it looks like in the wake of the Sharapova affair, meldonium is attracting a revived interest on nootropics sites [105];*

*Amongst a number of inconsistencies, male DNA was found in urine purportedly from two female hockey players [86].*

В третью группу входят ограничители ментального размежевания. К ним можно отнести следующие выражения: *claim* (утверждать), *state* (заявлять), *confirm* (подтверждать), *according to* (по словам), *allegedly* (якобы). Данные речевые обороты используются, если автор стремится подчеркнуть свое несогласие с точкой зрения, которую он тем не менее вынужден привести в статье, для противопоставления мнения журналиста позиции или взглядам цитируемого лица или же для снятия ответственности за слова другого человека:

*She used meldonium allegedly for diabetes and magnesium deficiency [114];*

*British marathon world record holder Paula Radcliffe said Russia had committed a “huge fraud” [119].*

*Sharapova confirmed last month that she had tested positive for meldonium during the Australian Open [115].*

*Sharapova claims she has been on the medication for health reasons for more than 10 years* [83].

Как видно из примеров, лексемы-ограничители ментального размежевания существенно отличаются по силе: прилагательное *allegedly* позволяет намного сильнее разграничить мнение журналиста и цитируемого, чем глаголы *claim* и *state*.

Еще одним лексико-грамматическим приемом речевой манипуляции, характерным для аналитических спортивных статей, является создание комплексной эквивалентности, которое в настоящее время очень популярно во многих печатных СМИ. Эта методика основывается на подключению к аналитической части текста таких лексем, как *thus* (значит), *therefore* (таким образом), *it follows* (из этого следует), *accordingly* (соответственно). Посредством этой манипулятивной техники журналист получает возможность представить читателю гипотезу под видом аксиомы:

*Wada recognises this need – that meldonium is a particular substance, which has created an unprecedented situation and therefore warranted additional guidance for the anti-doping community* [115].

*Given the fact that scores of athletes have tested positive for taking what previously was a legal product, it's clear Wada did not handle this properly last year and they're trying to make up for it now* [119].

С помощью подобных оборотов речи автор устанавливает желательные для него причинно-следственные связи и подталкивает аудиторию к определенным выводам. В особенности такой прием эффективен в ситуации, когда перед журналистом стоит задача дискредитации и создания негативной характеристики той или иной известной личности или группы лиц, или страны в целом.

С точки зрения манипуляций, осуществляемых на лексическом уровне, богатое поле для деятельности предоставляет прием мультипликации, сущность которого заключается в создании множественности. Данный прием может принимать следующие формы в зависимости от целей автора:

*Most sportsmen and women use legal drugs to help maintain high degrees of physical fitness and conditioning [114];*

*More than 1,000 Russians - including Olympic medallists - benefited from a state-sponsored doping programme between 2011 and 2015, a report claims [56];*

*McLaren was asked whether Russians athletes could be trusted in the future [119];*

*Athletes have always been in denial till the testing laboratories pinned their innocence [83].*

Таким образом прием мультипликации предоставляет возможность автору искусственно увеличить значимость описываемого события с помощью создания плюралиса, производя ложное ощущение массовости описываемого явления или наличия определенной тенденции. Приему мультипликации могут быть подвержены имена действия (*athletes, Russians, sportsmen and women*) или же действия и ситуации.

Исследование лексических особенностей, используемых в англоязычных аналитических статьях для оказания манипулятивного воздействия на читателя показало, что, во-первых, для достижения наибольшей эффективности средства языкового манипулирования используются комплексно; во-вторых, в ходе написания текста задействуются самые разные пласты лексики, в том числе такие, как сленг (7%), неологизмы и окказионализмы (3%), эвфемизмы (9%), дисфемизмы (18%). Стоит отметить значительную распространенность в англоязычных текстах фразеологических единиц (38%) и слов-аффективов (25%), активно используемых для реализации различных манипулятивных приемов и техник. Анализ лексико-грамматических конструкций показал широкое распространение лексем-ограничителей и ссылок на неизвестные источники. В целом можно сказать, что перед автором спортивной статьи стоит нелегкая задача по созданию оригинальных, захватывающих и актуальных текстов, выполняющих не только развлекательную функцию, но и глубоко воздействующих на читателя. Для выполнения этих задач лексический материал подвергается значительной трансформации, благодаря чему на свет

появляются яркие и неповторимые образы, зарождаются новые и закрепляются старые стереотипы, формируется система нравственных ценностей и взглядов на жизнь.

### **2.3 Фонографические средства речевого манипулирования**

Наряду с многочисленными лексическими средствами, стилистическими приемами немаловажную роль в процессе речевого манипулирования в англоязычных статьях играет фонографический уровень, в рамках которого воздействие осуществляется посредством звукового и графического оформления сообщения.

Специфика печатных статей спортивной тематики заключается в том, что аудитория не имеет возможности услышать обращенный к ней голос, в связи с чем журналистам приходится применять разнообразные языковые средства для привлечения внимания, создания яркого образа и быстрого запоминания читателем получаемой информации. В первую очередь данные требования предъявляются к заголовкам статей.

В процессе анализа исследуемого материала было выявлено, что при создании аналитических текстов спортивной тематики авторами был задействован весьма ограниченный круг фонетических и графических средств, которые, тем не менее, играют существенную роль в процессе манипулирования сознанием читателя.

К наиболее значимым фонетическим приемам, характерным для англоязычных статей, можно отнести аллитерационные фоносемантические комплексы, а также рифмизацию и ритмизацию.

Прием аллитерации, представляющий собой повтор одинаковых или однородных согласных, используется преимущественно в заголовках для имплицитирования информации и пробуждения необходимого автору ассоциативного ряда. Примером реализации процесса манипулирования сознанием читателя посредством подключения ассоциативных составляющих могут служить следующие названия статей:

*Tigers roar at Rotary* [64];

*Tigers rip Royals 10-2* [65];

*Tigers rip rival for title* [73].

Несмотря на то, что в текстах идет речь про совершенно разные команды (в первом случае про команду легкоатлетов, во втором про бейсбольную команду «Детройт Тайгерс», а в третьем про женский футбол), во всех трех случаях используются фоносемантические аллитерационные комплексы: повторяющаяся фонема [r] вызывает ассоциации, связанные с рокотом и рычанием, и производит впечатление динамики, решительности и мужества, что успешно сочетается с названием команд «Тайгерс» - тигры. Особенно эта связь с животной основой названия команды прослеживается в первом случае, когда, сравнивая команду с настоящими тиграми, автор использует слово “*roar*” – рычать, характеризуя триумф спортсменов на соревновании. Третий заголовок примечателен тем, что использование фоносемантического комплекса дополняется приемом рифмизации (*rival – title*). Таким образом, в данных примерах фонетическая игра позволяет автору воздействовать на читателя, передавая с помощью звукового ряда силу и мощь (и даже, в определенной мере, агрессию) команд, успешно выступивших на соревнованиях.

Манипулирование посредством подбора звукового ряда не редко осуществляется с помощью повторения начальной фонемы слов, описывающих качественные характеристики:

*Golden Eagles get golden goal* [107];

*Bisons Begin Best-of-Three Playoff Series at Home* [110].

В первом случае использование фонемы [g] для реализации приема аллитерации дополняется повтором слова “*golden*”. В английском языке фонема [g] встречается в словах со значением «большой» (*grand, great, grow, gargantuan*), в тоже время она связана со словами, обозначающими блеск, свечение, в особенности сочетание [gl] (*gold, glitter, glister*). Следовательно, читатели подсознательно оценивают сочетание с начальным [g] (а именно

победу, которую принес забитый в конце мата гол) как что-то большое, грандиозное, яркое, триумфальное и светлое, ассоциирующееся в сознании читателя с названием команды.

Фонема [b] во втором примере позволяет передать ощущение бьющихся, взрывных звуков, удара вообще, боя, сражения, пробивной силы. В то же время, повторение этой фонемы при описании качества (*bisons – best*) обеспечивает созвучие с присваиваемыми характеристиками, а прием ритмизации позволяет создать образ яркого, запоминающегося слогана. Следует отметить, что прием аллитерации, а именно использование начальной рифмы, берет свои истоки еще староанглийской поэзии, основанной на чередовании, а не ритмике, в связи с чем имеет особое значение с точки зрения культурного наследия и преемственности традиций в современной журналистике.

Ритмизирование и рифмизация, применяемые при создании заголовков спортивных текстов во многом схожи по механизмам воздействия с приемом аллитерации. Их главное отличие заключается в большей степени осознанности при восприятии аудиторией.

Фонетическая игра, основанная на использовании рифмы играет не меньшую роль и имеет не менее глубокие корни, чем прием аллитерации:

*Weekend of Wins for the Penguins: Women's Soccer Clinches Region Title* [128];

*Tigers Roar To Final Four* [126].

В данных примерах сочетание рифмы с определенным ритмом и положительной коннотацией позволяет передать читателю положительный настрой и эмоции от известий о победе команды. Такие заголовки позволяют задать энергичный темп всей статье и привлечь внимание.

Помимо запоминающегося заголовка, информирующего читателя о победе или поражении участников спортивного состязания, рифма нередко используется для внедрения в сознание аудитории определенных идей:

*Muscles: Use them or lose them* [97];

*Nope to dope: an analysis of performance enhancing drugs and running* [118].

Использование рифмы в подобных случаях роднит спортивные заголовки с политическими лозунгами и рекламными слоганами. Заголовки несомненно являются одной из самых главных составляющих статьи, так как именно в них заключена главная идея текста. От того, насколько успешно подобран заголовок зависит то, будет ли прочитана сама статья или нет. В данных примерах ритм обеспечивает лучшее восприятие фраз, а рифма и созвучие слов облегчает запоминание.

Не редко для привлечения внимания и сознания эмоционального настроения, осуществления воздействия на читателя автор прибегает к приему ритмизации в совокупности с лексическим повтором:

*Play On! Play Off?* [88];

*Raiders Move Up, Chargers Move Down and Both May Be Moving Out* [66].

Проанализировав примеры использования фонетических средств современного английского языка в текстах аналитических спортивных статей, можно заключить, что их функционирование зачастую является основой для имплицитирования информации, формирования определенного настроения и отношения. Наиболее распространенными приемами, способствующими осуществлению манипулирования, являются аллитерация, рифма и ритм, которые используются преимущественно в заголовках в совокупности с лексико-морфологическими и синтаксическими средствами.

В современном мире человек вынужден существовать в очень плотном информационном потоке, в связи с чем он перестает реагировать на языковые знаки (слова). Авторы статей стремятся к оригинальности и индивидуальности стиля, способных привлечь внимание читателя. Эту задачу помогают решить многие средства и приемы, в том числе с использованием паралингвистических элементов, к которым иногда прибегают журналисты. В основном их применение связано с тем, что ряд инструментов речевого манипулирования невозможно реализовать в письменной речи, так как они применимы исключительно в устной форме. Однако некоторые из таких средств

(интонацию, регистр голоса, темп речи и паузацию) можно компенсировать, задействовав графические средства: пунктуацию и метаграфические средства, куда относится подчеркивание, выделение шрифтом, использование заглавных букв. Средства графики могут представлять собой не только «транскрипцию» устной речи, но и быть самостоятельным средством речевого воздействия, провоцирующим определенное произнесение письменной речи читателем, а также являться маркерами других инструментов речевой манипуляции.

Метаграфемика представляет собой совокупность графических элементов, существующих наряду с графемной системой, но не входящих в набор собственно дифференциально-графических противопоставлений (букв алфавита). Исследователи данного вопроса отмечают, что любые метаграфические средства несут в себе дополнительную нагрузку, но, как правило, не информирующего, а воздействующего характера. Так, А. Н. Баранов и П. Б. Паршин, проводя анализ воздействующего потенциала варьирования в сфере метаграфемики, выделяют следующие категории:

- синграфемика, включающая в себя механизмы пунктуационного варьирования;
- супраграфемика, включающая в себя механизмы шрифтового варьирования;
- топографемика, к которой относятся механизмы варьирования плоскостной синтагматики текста [1, с. 43].

Все вышеперечисленные метаграфемические средства используются для оказания воздействия на внешнее, зрительное восприятие материала, иными словами они употребляются в тексте для реализации определенных стилистических целей и принимают форму графических или графико-стилистических приемов. В зависимости от происхождения данные элементы подразделяются на авторские, авторизованные и издательско-редакционные.

В текстах газет подбор шрифтов и их начертательные особенности, выбор кегля и сочетание кегельных вариантов, макетирование текста и цветовая гамма зачастую не зависят от автора текста и являются весьма ограниченными, тем не



менее некоторые метаграфемические приемы периодически используются в качестве инструментов речевого манипулирования. Итак, можно выделить три категории метаграфемных элементов: элементы синграфематики, супраграфематики и топографематики, для спортивной статьи наибольший интерес представляют первые две группы.

Использование супраграфемических приемов предоставляет автору определенный круг возможностей шрифтового варьирования текста. При этом стоит отметить, что по сравнению с рекламными материалами этот круг весьма ограничен, тем не менее он в полной мере позволяет оказывать необходимое воздействие на читателя и передавать эмоции, свойственные спортивному дискурсу. Наиболее распространенным типом супраграфематических средств, используемых в газетах является собственно варьирование гарнитур шрифта:

*Nevertheless, one more ingredient is required to validate a football game as a great rivalry. That element is RESPECT [84];*

*Past and present cyclists, while you're waiting for the governing bodies, anti-doping agencies, and experts to fix things, what will you do about doping and other forms of cheating in cycling now? [75].*

Шрифты как структурно-семантический компонент текста газетной статьи выполняет в первую очередь прагматическую, нежели эстетическую функцию, так как оперирование ими не столько позволяет стилистически оформить текст, сколько дает возможность использовать их в качестве маркеров привлечения внимания или как способ передачи эмоций автора. Можно говорить о том, что начертательная особенность используемого шрифта сама по себе задает определенные коммуникативные рамки и является одним из элементов, применяемых в совокупности с другими приемами, для осуществления манипулятивных стратегий.

Синграфемика связана с использованием выразительных возможностей знаков препинания и пунктуационных комплексов. Газетные тексты нередко содержат варьирование семантизированных знаков, этот тип варьирования связан с модальными оттенками и иллокутивной силой высказывания:

*Skiing or Snowboarding? Ester Lededca Chose Both* [68];

*No Russian Anthem at Olympics? I.O.C. Weighing Possible Penalties* [94].

Благодаря использованию вопросительного или восклицательного знака осуществляется активное привлечение внимания аудитории. Рассматривая использование данного приема с точки зрения психологии стоит отметить, что если текст содержит в себе знак вопроса, то создается иллюзия непринужденной беседы. Такая форма рассчитана на то, чтобы заинтересовать читателя и создать иллюзию диалога.

Семантизированный знак препинания многоточие также выполняет определенные задачи в тексте газетной статьи. В первую очередь он может выполнять вполне традиционную функцию и передавать незаконченность или прерванность высказывания, благодаря чему читателям предоставляется возможность самим закончить мысль автора. Наряду с традиционной функцией использование многоточия может помочь автору в случае необходимости создания эффекта неожиданности, который возникает, если данный знак препинания стоит в середине предложения:

*These are exciting times for the kind of people who pretend watching scoreless draws isn't mind-numbingly boring, preferring to pretentiously liken them to chess matches ... which of course aren't tedious to watch at all* [78];

*David Squires on ... the Jurassic world of Premier League managers* [102].

Таким образом пунктуация в общем и использование многоточия в частности, представляет собой одно из наиболее выразительных средств подачи тех аспектов содержания, которые затруднительно передать во всей полноте и глубине при помощи одних только слов и грамматического оформления высказывания.

С точки зрения речевого манипулирования особый интерес представляет художественно-стилистическое варьирование, отличающееся от нормативной пунктуации:

*WTF?! Taekwondo governing body rebrands over 'negative connotations' of acronym* [130];

*But this one felt extra special: Westbrook had spent the previous two weeks on something of an MVP vigilante tour, one that was missing only a remember-it-10-years-from-now "HOLY SHIT!!!!!!" moment [101];*

*USA! USA!! USA!!!, Holland, Scotland ... heavy hitter after heavy hitter has fallen by the wayside on the road to Russia 2018, but now they've been joined by Italy [78].*

Среди вышеперечисленных примеров, демонстрирующих использование знаков препинания для выражения эмоций и привлечения внимания читателя, следует отметить первый текст, служащий заголовком спортивной статьи о переименовании Всемирной федерации тхэквондо. Аббревиатура, содержащаяся данным заголовке, на первый взгляд относится к широко известному сленговому выражению, в большинстве случаев неуместному в солидном издании, но однозначно привлекающему внимание в совокупности с синграфемическими знаками. Вместе с этим аббревиатура *WTF* используется Всемирной федерацией тхэквондо (*The World Taekwondo Federation*), в связи с чем и происходит переименование организации. Таким образом, для достижения поставленной цели (создания комического эффекта) и формирования интереса автор прибегает к целому ряду лингвистических приемов.

Исследование звукового и графического оформления текстов спортивной тематики показало, что они используются преимущественно для привлечения внимания, создания яркого образа, упрощающего процесс имплицирования и запоминания определенных фактов. Наиболее распространенными фонетическими приемами являются аллитерация (частотность 42%), рифмизация (38%) и ритмизация (20%). Фонетическая игра, применяемая для акцентирования внимания и подчеркивания основной мысли статьи, довольно редко встречается в основном тексте и чаще употребляется при создании заголовков, преимущественно в совокупности с другими языковыми конструкциями. Также следует отметить, что приемы аллитерации и рифмизации, используемые в заголовках, берут свои истоки еще в

староанглийской поэзии, в связи с чем имеют особое значение с точки зрения культурного наследия и преемственности традиций в современной журналистике.

Изучение метографических языковых средств показало, что спектр данных приемов, используемых в спортивных материалах, весьма ограничен требованиями самих издательств, тем не менее они активно используются, выступая в роли элементов манипулятивных тактик, применяемых для произведения необходимого эффекта и решения поставленных перед автором задач. С точки зрения частотности наиболее употребимыми в спортивных текстах являются синграфемические средства, тогда как супраграфемические приемы привлекают наибольшее внимание.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Спортивный дискурс представляет собой разновидность коммуникации между участниками спортивной деятельности (такими как тренеры, спортсмены, журналисты, болельщики) для реализации поставленных коммуникативных целей, в основе которой лежит связь с другими социальными институтами. Большинство современных ученых, занимающихся спортивным дискурсом (А. Б. Зильберт, Е. Г. Малышева, К. В. Снятков и т.д.) указывают на высокий уровень сращения спортивного дискурса со сферой масс-медиа, в связи с чем в некоторых случаях уместно говорить о спортивном медиадискурсе, если дискурс реализуется в сфере массовой коммуникации. Иначе говоря, медиадискурс может быть представлен как некое дискурсивное пространство, в рамках которого реализуются самые разнообразные виды дискурсов, обладающих своими собственными характеристиками, детерминированными тематикой общения.

С функциональной точки зрения значимость спортивной статьи, в особенности ее информационно-аналитической разновидности, заключается в предоставлении широкой общественности уникального материала, способного не только развлечь массового читателя, но и зародить у него определенные идеи, гуманистические идеалы и ценности, развить эстетический вкус и духовные качества, вызвать активный интерес к спорту и здоровому образу жизни, а так же, что немаловажно, актуализировать социокультурный и политический аспекты посредством речевого воздействия.

Огромный манипулятивный потенциал информационно-аналитических спортивных статей обуславливается значительной гибкостью выбора языковых средств, предоставленной спортивным журналистам, взаимодействием спортивного дискурса со многими другими отраслями человеческой жизнедеятельности (рекламой, политикой, педагогикой, сферой масс-медиа и т. д.) и необходимостью решать поставленные задачи: поддерживать спортивный интерес среди самых различных слоев населения, формировать образ жизни и

мышления, объединять людей на почве общности интересов. Основу речевого манипулирования в спортивных статьях составляют психологические и психолингвистические механизмы, благодаря которым происходит некритичное восприятие информации адресатом.

Как показывают результаты исследования, англоязычным спортивным статьям свойственен широкий спектр языковых средств, применяемых с манипулятивными целями. Одной из характерных черт спортивной информационно-аналитической англоязычной статьи следует отметить броскость заголовков, зачастую отражающих субъективную позицию автора, логичность и аргументированность текста и большое разнообразие изобразительно-выразительных средств, призванных обратить внимание читателя на важные аспекты, порой вызвать ироничную улыбку и, в конечном итоге, убедить в правильности авторской позиции. Довольно характерным явлением для англоязычных статей является осуществление речевого манипулирования с помощью языковой игры, позволяющей реализовать фактор смеха. Ее роль в качестве манипулятивного средства в спортивном тексте связана с тем, что понимание слова, словосочетания или целой части текста напрямую зависит от контекста, который включает в себя не только общественные, культурные и социальные практики, но и психологический фактор, составляющий основу любого дискурса. Именно психологическая природа манипулирования позволяет использовать комический эффект в спортивном дискурсе в качестве одного из наиболее значимых способов реализации коммуникативных установок автора. Дополнение прямых способов оценки событий косвенными на стилистическом уровне позволяет автору спортивного аналитического текста не только более точно передать свое собственное отношение к тематике статьи и сделать его более обоснованным и авторитетным в глазах читателя, но и незаметно для последнего влиять на формирование его взглядов, социальной позиции, мироощущения. Если судить о частотности употребления тех или иных стилистических приемов, то на первое место выходит использование метафор и сравнений, чуть менее

распространены случаи осуществления речевого манипулирования посредством антитезы, гиперболы, аллюзии и парафразы. Также стоит отметить использование игры слов на основе имен собственных, в особенности случаи создания комического эффекта за счет умелого оперирования антропонимами для снижения популярности того или иного спортивного деятеля.

Проведённый анализ наиболее распространенных способов использования синтаксических приемов, позволяющих осуществлять речевое манипулятивное воздействие в аналитических статьях спортивного дискурса позволил сделать следующие выводы. Во-первых, все рассмотренные приемы значительно отличаются по типу воздействия и интенсивности, к одним из наиболее эффективных и выразительных синтаксических приемов, формирующих настрой и позицию читателя, можно отнести градацию, инверсию, параллелизм и дубитацию. Во-вторых, с точки зрения частотности, наиболее распространенными приемами являются парантеза, объективизация, анафорический повтор и риторический вопрос. При этом стоит отметить то, что различные синтаксические приемы языкового воздействия используются в спортивных текстах во всей своей совокупности, дополняя друг друга и другие языковые средства, для достижения коммуникативной цели.

Исследование особенностей лексических единиц, используемых в англоязычных аналитических статьях для оказания манипулятивного воздействия на читателя, показало, что, во-первых, для достижения наибольшей эффективности средства языкового манипулирования используются комплексно; во-вторых, в ходе написания текста задействуются самые разные пласты лексики, в том числе такие, как сленг, неологизмы и окказионализмы, эвфемизмы и дисфемизмы. Стоит отметить значительную распространенность в англоязычных текстах фразеологических единиц и слов-аффективов, активно используемых для реализации различных манипулятивных приемов и техник. Анализ материала исследования показал широкое распространение лексем-ограничителей и ссылок на неизвестные источники. В целом можно отметить, что перед автором спортивной статьи стоит нелегкая задача по созданию

оригинальных, захватывающих и актуальных текстов, выполняющих не только развлекательную функцию, но и глубоко воздействующих на читателя. Для выполнения этих задач лексический материал подвергается значительной трансформации, благодаря чему на свет появляются яркие и неповторимые образы, зарождаются новые и закрепляются старые стереотипы, формируется система нравственных ценностей и взглядов на жизнь.

Исследование фонографического оформления текстов спортивной тематики показало, что они используются преимущественно для привлечения внимания, создания яркого образа, упрощающего процесс имплицирования и запоминания определенных фактов. Наиболее распространенными фонетическими приемами являются аллитерация, рифмизация и ритмизация. Фонетическая игра, применяемая для акцентирования внимания и подчеркивания основной мысли статьи, довольно редко встречается в основном тексте и чаще употребляется при создании заголовков, преимущественно в совокупности с другими языковыми конструкциями. Также следует отметить, что приемы аллитерации и рифмизации, используемые в заголовках, берут свои истоки еще в староанглийской поэзии, в связи с чем имеют особое значение с точки зрения культурного наследия и преемственности традиций в современной журналистике.

Изучение метографических языковых средств показало, что спектр данных приемов, используемых в спортивных материалах, весьма ограничен требованиями самих издательств, тем не менее они активно используются, выступая в роли элементов манипулятивных тактик, применяемых для произведения необходимого эффекта и решения поставленных перед автором задач. С точки зрения частотности наиболее употребимыми в спортивных текстах являются синграфемические средства, тогда как супраграфемические приемы привлекают наибольшее внимание.

Подводя итоги стоит отметить то, что приемы речевого воздействия, используемые в спортивных текстах позволяют задействовать самые разнообразные языковые средства во всей их совокупности для достижения



коммуникативной цели, поставленной перед автором. При этом, как правило, данные приемы используются комплексно. Все это многообразие языковых средств служит для активного влияния на взгляды, оценку, политическую и общественную позицию и, в конечном итоге, мировоззрение читателя.

Наблюдаемая неоднородность в частотности использования вышеуказанных языковых средств можно объяснить разнообразием форматов изданий, тематикой публикации и персональными предпочтениями авторов статей. Все эти особенности спортивных информационно-аналитических текстов обусловлены их направленностью на реализацию функции воздействия, на создание определенной тональности и идеологической модальности, что еще раз подчеркивает значимость данных статей при формировании общественного мнения и индивидуальной картины мира. В результате исследования были выявлены наиболее эффективные варианты подачи спортивного материала, что может успешно применяться при написании спортивных статей и проведении анализа текстов спортивного дискурса.

Подводя итог исследования языковых средств речевого манипулирования в спортивном дискурсе, необходимо остановиться на перспективах дальнейших научных изысканий в рамках заваленной тематики. Исследование может быть продолжено в плане дальнейшего изучения приемов речевого манипулирования и их реализации в других видах спортивного дискурса. Отдельного внимания заслуживает анализ фразеологических единиц и фразеологических трансформаций, а также приемов речевого манипулирования, основанных на использовании отонимических дериватов.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Баранов А. Н. Воздействующий потенциал варьирования в сфере метаграфемии / А. Н. Баранов, П. Б. Паршин // Проблемы эффективности речевой коммуникации. – М. : ИНИОН, 1989. – С. 41-115.
2. Бахтин М. М. Проблема речевых жанров / М. М. Бахтин // Эстетика словесного творчества. – М. : Искусство, 1979. – С. 237-280.
3. Бенвенист Э. Общая лингвистика / Э. Бенвенист. – 3-е изд. – М. : Эдиториал УРСС, 2009. – 448 с.
4. Блейн Н. Спорт как жизнь : СМИ, спорт и культура / Н. Блейн, Р. Бойл // Медиа. Введение. – 2-е изд. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – С. 464-475.
5. Быкова О. Н. Языковое манипулирование / О. Н. Быкова // Теоретические и прикладные аспекты речевого общения. – Красноярск : Изд-во Красноярского ун-та, 1999. – №1. – С. 99-103.
6. Дейк ван Т. А. Язык. Познание. Коммуникация : пер. с англ. / Т. А. ван Дейк. – М. : Прогресс, 1989. – 312 с.
7. Демьянков В. З. Текст и дискурс как термины и как слова обыденного языка / В. З. Демьянков // Язык. Личность. Текст: сб. ст. к 70-летию Т. М. Николаевой. – М. : Языки славянских культур, 2005. – С. 34-55.
8. Денисюк Е. В. Феномен манипуляции : речедеятельностная интерпретация / Е. В. Денисюк // Культурно-речевая ситуация в современной России: вопросы теории и образовательных технологий: тез. докл. и сообщ. Всерос. науч.-метод. конф. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2000. – С. 66-68.
9. Дилтс Р. Фокусы языка : изменение убеждений с помощью НЛП / Р. Дилтс. – СПб. : Питер, 2015. – 256 с.
10. Доценко Е. Психология манипуляции : феномены, механизмы и защита / Е. Доценко. – М. : Издательство МГУ, 1997. – 344 с.
11. Желтухина М. Р. Специфика речевого воздействия тропов в языке СМИ : дисс. ... д-ра филол. наук / М. Р. Желтухина. – М., 2004. – 358 с.
12. Зильберт А. Б. Спортивный дискурс : точки пересечения с другими

- дискурсами (проблемы интертекстуальности) / А. Б. Зильберт, А. А. Зильберт // Язык, сознание, коммуникация : сб. ст. – М. : МАКС Пресс, 2001. – С. 103-112.
13. Карасик В. И. Языковой круг : личность, концепты, дискурс / И. В. Карасик. – Волгоград : Перемена, 2002. – 477 с.
14. Ковешникова М. Н. Речевая манипуляция и приемы речевого манипулирования /М. Н. Ковешникова // XVIII Царскосельские чтения : матер. междунар. науч. конф., 22-23 апр. 2014 г. – СПб. : Ленингр. гос. ун-т, 2014. – С. 387-394.
15. Копнина Г. А. Речевое манипулирование: учебное пособие / Г. А. Копнина. – 2-е изд. – М. : Флинта, 2008. – 176 с.
16. Кубрякова Е. С. О контурах новой парадигмы знания в лингвистике / Е. С. Кубрякова, О. В. Александрова // Структура и семантика художественного текста: доклады VII междунар. конф. – М. : СпортАкадемПресс, 1999. – С. 186-197.
17. Кубрякова Е. С. Эволюция лингвистических идей во второй половине XX века / Е. С. Кубрякова // Язык и наука в конце XX века. – М. : Издат. Центр Рос. гос. ун-та, 1995. – С. 144-238.
18. Кудлаева А. Н. Проблемы социо- и психолингвистики / А. Н. Кудлаева, Е. В. Ерофеева. – Пермь : Перм. ун-т., 2003. – №3. – 33 с.
19. Лещенко Г. В. Лексико-грамматические приемы речевого манипулирования в англоязычных спортивных статьях [Электронный ресурс] / Лещенко Г. В., Цыбина Л. В. // Огарев-online. – 2017. – №14. – Режим доступа: <http://journal.mrsu.ru/arts/leksiko-grammaticheskie-priemy-rechevogo-manipulirovaniya-v-angloyazychnyx-sportivnyx-statyax>.
20. Малышева Е. Г. Русский спортивный дискурс : лингвокогнитивное исследование : научная монография / Е. Г. Малышева. – Омск : Изд-во Омск. гос. ун-та, 2011. – 324 с.
21. Манаенко Г. Н. Информационно-дискурсивный подход к анализу осложненного предложения : дис. ... д-ра. филол. наук / Г. Н. Манаенко. – Краснодар, 2004. – 401 с.

22. Манаенко С. А. Комментарий в аналитическом публицистическом тексте : роль дискурсивных слов / С. А. Манаенко // Язык. Текст. Дискурс : науч. альманах Ставропольского отделения РАЛК. – Ставрополь : Изд-во СГПИ, 2006. – №4. – С. 211-217.
23. Михалёва О. Л. Политический дискурс : Специфика манипулятивного воздействия / О. Л. Михалева. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. – 256 с.
24. Платон. Диалоги. Книга вторая / Платон. – М. : Эксмо. – 1360 с.
25. Нефедова Л. А. Лексические средства манипулятивного воздействия в повседневном общении (на материале современного немецкого языка) : дисс. ... канд. филол. наук / Л. А. Нефедова. – М., 1997. – 230 с.
26. Паршин П. Б. Речевое воздействие: основные формы и разновидности // Рекламный текст : семиотика и лингвистика / Ю. К. Пирогова, А. Н. Баранов, П. Б. Паршин и др. – М. : ИД Гребенникова, 2000. – С. 63-71.
27. Попова Е. С. Рекламный текст и проблема манипуляции : дисс. ... канд. филол. наук / Е. С. Попова. – Екатеринбург, 2005. – 256 с.
28. Сергеечева В. Приемы убеждений. Стратегия и тактика общения / В. Сергеечева. – СПб. : Питер, 2002. – 192 с.
29. Снятков К. В. Коммуникативно-прагматические характеристики телевизионного дискурса : дис. ... канд. филол. наук / К. В. Снятков. – Череповец, 2008. – 245 с.
30. Сорокина А. А. Устойчивые сочетания как средства речевого манипулирования в американском предвыборном дискурсе : дисс. ... канд. филол. наук / А. А. Сорокина. – Саранск, 2016. – 209 с.
31. Тертычный А. А. Аналитическая журналистика : учебное пособие для студентов вузов / А. А. Тертычный. – М. : Аспект Пресс, 2010. – 352 с.
32. Трубченинова А. А. Эмотивность и оценочность в немецком газетном спортивном дискурсе : дис. ... канд. филол. наук / А. А. Трубченинова. – М. : ПроСофт-М, 2006. – 207 с.
33. Успенский Б. А. Избранные труды. Язык и культура / Б. А. Успенский. –

М. : Гнозис, 1994. – Т. 2. – 688 с.

34. Устинова Е. В. Цитата как вербальный инструмент манипуляции в англоязычном политическом дискурсе США : дис. ... канд. филол. наук / Е. В. Устинова. – Волгоград, 2011. – 213 с.

35. Федосюк М. Ю. Выявление приемов «демагогической риторики» как компонент полемического искусства / М. Ю. Федосюк // Риторика в развитии человека и общества : тезисы науч.-практич. конф. – Пермь, 1992. – С. 94-99.

36. Филинский А. А. Стратегии манипуляции в политическом дискурсе / А. А. Филинский // Языковые подсистемы : стабильность и динамика. – Тверь : Твер. гос. ун-т, 2002. – С. 200-207.

37. Фуко М. Порядок дискурса / М. Фуко // Воля к истине: По ту сторону знания, власти и сексуальности : Работы разных лет. – М. : Касталь, 1996. – 448 с.

38. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций / Р. Харрис. – СПб. : Прайм-ЕВРОЗНАК, 2003. – 448 с.

39. Храмова Е. А. Фонетические средства создания игрового смысла в англоязычном мини-тексте : дис. ... канд. филол. наук / Е. А. Храмова. – Пятигорск, 2015. – 184 с.

40. Цуладзе А. М. Большая манипулятивная игра / А. М. Цуладзе. – М. : Алгоритм, 2000. – 336 с.

41. Цыбина Л. В. Синтаксические и лексические средства выражения эмоции «гнев» в ситуациях гендерной асимметрии // Лингвистические и экстралингвистические проблемы коммуникации : теоретические и прикладные аспекты : межвуз. сб. науч. тр. – Саранск, 2005. – №4. – С.222-228.

42. Чернявская В. Е. Дискурс власти и власть дискурса : проблемы речевого воздействия : учебное пособие / В. Е. Чернявская. – М. : Флинта, 2006. – 136 с.

43. Чиненова Л. А. Английская фразеология в языке и речи / Л. А. Чиненова. – 2-е изд., испр. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. – 101 с.

44. Шампань П. Делать мнение : новая политическая игра / П. Шампань. – М. : Socio-Logos, 1997. – 317 с.

45. Шейнов В. П. Психология обмана и мошенничества / В. П. Шейнов. – М. : ООО «Издательство АСТ», 2001. – 512 с.
46. Шилко Г. П. Функционально-реализационный план субстантивированного инфинитива в современном немецком языке : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Г. П. Шилко. – Минск, 1982. – 25 с.
47. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием / Г. Шиллер. – М. : Мысль, 1980. – 326 с.
48. Ширяева Т. А. Когнитивное моделирование институционального делового дискурса : автореф. дис. ... д-ра. филол. наук / Т. А. Ширяева. – Краснодар, 2008. – 50 с.
49. Шмелев А. Д. Приемы непрямого воздействия на читателя в современной прессе: научное издание / А. Д. Шмелев // Междунар. конф. «М. В. Ломоносов и развитие русской риторики». – М., 2004. – С. 138-141.
50. Шмелев Д. Н. Проблемы семантического анализа лексики / Д. Н. Шмелев. – М. : Наука, 1973. – 280 с.
51. Шуткина Л. Н. Имплицитное отрицание в английской фразеологии / Л. Н. Шуткина // Вопросы английской фразеологии : сб. науч. тр. – М. : МГПИИЯ им. М. Тореза, 1987. – № 287. – С. 92-99.
52. Щурина Ю. В. Шутка как речевой жанр : автореф. дисс. ... канд. филол. наук / Ю. В. Щурина. – Новгород, 1997. – 24 с.
53. Лингвистический энциклопедический словарь / Под ред. В. Н. Ярцева. – М. : Сов. энциклопедия, 1990. – 685 с.
54. Политология: Энциклопедический словарь / Под ред. Аверьянова Ю. И. – М. : Изд-во Моск. коммерч. ун-та, 1993. – 431 с.
55. Attardo S. Humor and Irony in Interaction: From Mode Adoption to Failure of Detection / S. Attardo // Say Not Say : New Perspectives on Miscommunication. – Amsterdam : IOS Press Ltd., 2001. – PP. 165–185.
56. Denton R. E. Jr. Political Communication in America / R. E. Jr. Denton, G. C. Woodward. – New York : Praeger, 1985. – 364 p.
57. Fairclough N. Analysing Discourse : Textual Analysis for Social Research / N.

Fairclough. – London : Routledge, 2003. – 270 p.

58. Goodin R. E. Manipulatory politics / R. E. Goodin. – New Heaven : Yale University Press, 1980. – 250 p.

59. Harris Z. S. Linguistic Society of America. Discourse Analysis / Z. S. Harris. Washington : Language, 1952. – Vol. 28. – №1. – PP. 1-30.

60. Jason G. J. Hedging as a Fallacy of Language / G. J. Jason // Philosophic Thoughts – Bern : Peter Lang Inc., 2014. – PP. 169-175.

61. McQuail D. McQuail's Mass Communication Theory / D. McQuail. – Thousand Oaks : Sage, 2010. – 457 p.

62. Stofer K. T. Sports journalism an introduction to reporting and writing / K. T. Storer, J. R. Schaffer, B. A. Rosenthal. – Plymouth : Rowman & Littlefield Publishers, 2010. – 240 p.

63. Macmillan English Dictionary for Advanced Learners International Student Edition. – London : Macmillan Publishers Limited, 2006 – 1692 p.

## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ-ПРИМЕРОВ

64. BashoreStaff D. Tigers roar at Rotary [Электронный ресурс] / D. BashoreStaff // Magic Valley. – 2008. – 17 апр. – Режим доступа: [http://magicvalley.com/sports/tigers-roar-at-rotary/article\\_9f3d5195-f1a9-565c-b894-f0acbbabec9e.amp.html](http://magicvalley.com/sports/tigers-roar-at-rotary/article_9f3d5195-f1a9-565c-b894-f0acbbabec9e.amp.html).
65. Bell S. Tigers rip Royals 10-2 [Электронный ресурс] / S. Bell // iHeart Radio. – 2017. – 18 июля. – Режим доступа: <http://www.iheartradio.ca/am800/news/tigers-rip-royals-10-2-1.2866738>.
66. Belson K. Raiders Move Up, Chargers Move Down and Both May Be Moving Out [Электронный ресурс] / K. Belson // The New York Times. – 2016. – 19 дек. – Режим доступа: <https://www.nytimes.com/2016/12/19/sports/oakland-raiders-sand-diego-chargers-los-angeles-las-vegas.html>.
67. Berman M. Brandon Jennings rips road effort after Knicks' ugly loss [Электронный ресурс] / M. Berman // New York Post. – 2016. – 17 нояб. – Режим доступа: <https://nypost.com/2016/11/17/knicks-sleepwalk-through-ugly-loss-to-woeful-wizards/>.
68. Clarey C. Skiing or Snowboarding? Ester Ledecka Chose Both [Электронный ресурс] / C. Clarey // The New York Times. – 2017. – 27 нояб. – Режим доступа: <https://www.nytimes.com/2017/11/27/sports/olympics/ester-ledecka-skiing-snowboarding.html?rref=collection%2Fsectioncollection%2Fsports>.
69. Conn D. Invisible man gives Bournemouth their moment in the sun [Электронный ресурс] / D. Conn // The Guardian. – 2014. – 24 янв. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/football/david-conn-inside-sport-blog/2014/jan/24/bournemouth-fa-cup-liverpool-demin-russian-invisible-man>.
70. Dahlberg T. From Russia with love, light heavyweight champ Kovalev finds his place in US [Электронный ресурс] / T. Dahlberg // Sports Hub. – 2016. – 17 нояб. – Режим доступа: <http://www.philstar.com/sports/2016/11/17/1644694/russia-love-light-heavyweight-champ-kovalev-finds-his-place-us>.
71. DeCourcy M. Messi's mess of a penalty kick dooms Argentina against Chile in



- Сора final [Электронный ресурс] / М. DeCourcy // Sporting News. – 2016. – 27 янв. – Режим доступа: <http://www.sportingnews.com/soccer/news/lionel-messi-penalty-kick-sora-america-final-argentina-chile/n9u9yeh0xsg17c3zwh4mhov8>.
72. Dobysheva M. Russian Swimming Nationals Preview Or: How Will Elite Athletes Deal With Troubles In Sport? [Электронный ресурс] / М. Dobysheva // Swimming World. – 2015. – 10 апр. – Режим доступа: <https://www.swimmingworldmagazine.com/news/russian-swimming-nationals-preview-or-how-will-elite-athletes-deal-with-troubles-in-sport/>.
73. Dowell A. Tigers rip rival for title [Электронный ресурс] / А. Dowell // The Sentinel. – 2017. – 20 окт. – Режим доступа: <http://www.lewistownsentinel.com/sports/local-sports/2017/10/tigers-rip-rival-for-title/>.
74. Fletcher P. Katusha escape team suspension in the wake of doping cases [Электронный ресурс] / P. Fletcher // Cycling News. – 2016. – 9 фев. – Режим доступа: <http://www.cyclingnews.com/news/katusha-escape-team-suspension-in-the-wake-of-doping-cases/>.
75. Fry C. Cyclists: What will you do about doping now? [Электронный ресурс] / С. Fry // The Conversation. – 2016. – 5 фев. – Режим доступа: <https://theconversation.com/cyclists-what-will-you-do-about-doping-now-54183>.
76. Fulginiti J. Lancaster wins War of Roses [Электронный ресурс] / J. Fulginiti // LancasterOnline. – 2004. – 13 авг. – Режим доступа: [http://lancasteronline.com/sports/lancaster-wins-war-of-roses/article\\_29194d25-bc67-5ea1-a70c-1bc58a12acca.html](http://lancasteronline.com/sports/lancaster-wins-war-of-roses/article_29194d25-bc67-5ea1-a70c-1bc58a12acca.html).
77. Glendenning B. Barking loudly for egg and chips at meal times [Электронный ресурс] / В. Glendenning // The Guardian. – 2017. – 6 нояб. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/football/2017/nov/06/the-fiver-barking-loudly-for-egg-and-chips-at-meal-times>.
78. Glendenning B. Booting any pawn, bishop or rook near them as far as is humanly possible [Электронный ресурс] / В. Glendenning // The Guardian. – 2017. – 14 нояб. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/football/2017/nov/14/>

the-fiver-world-cup-republic-o-ireland-denmark.

79. Glendenning B. Saido Berahino : the former golden boy who has gone 632 days without scoring [Электронный ресурс] / В. Glendenning // The Guardian. – 2017. – 19 нояб. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/football/blog/2017/nov/19/saido-berahino-former-golden-boy-losing-scoring-touch-stoke-city>.

80. Gorman K. Gorman: Under Perry, losing isn't OK at KO [Электронный ресурс] / К. Gorman // TRIBLive. – 2016. – 28 окт. – Режим доступа: <http://triblive.com/sports/kevingorman/11374770-74/perry-keystone-losing>.

81. Horn B. Cowboys fans were thinking it, but it had to be said -- and Aikman, Buck hammered the storyline home [Электронный ресурс] / В. Horn // Dallas News. – 2017. – 8 окт. – Режим доступа: <https://sportsday.dallasnews.com/dallas-cowboys/cowboys/2017/10/08/cowboys-fans-thinking-said-aikman-buck-hammered-storyline-home>.

82. Joyce G. Charles Barkley rips into NBA 'babies' [Электронный ресурс] / G. Joyce // News.com.au. – 2017. – 22 сен. – Режим доступа: <http://www.news.com.au/sport/american-sports/nba/charles-barkley-rips-into-nba-babies/news-story/269da3eb4eb5bc2670069d3cdef14632>.

83. Lawton M. Maria Sharapova drugs shame: Positive meldonium tests are on the rise, and fast... it has long been a concern in athletics [Электронный ресурс] / М. Lawton // Daily Mail Online. – 2016. – 7 мар. – Режим доступа: <http://www.dailymail.co.uk/sport/sportsnews/article-3481266/Maria-Sharapova-drugs-shame-Positive-meldonium-tests-rise-fast-long-concern-athletics.html>.

84. Marlowe O. J., It takes two to tangle [Электронный ресурс] / J. O. Marlowe // The Paper. – 2017. – 9 нояб. – Режим доступа: <https://thepaper24-7.com/Content/Community/Local-Sports/Article/It-takes-two-to-tangle/125/293/63076>.

85. Mastrodonato J. Yankees rat to MLB about stolen signs [Электронный ресурс] / J. Mastrodonato // Boston Herald. – 2017. – 6 сен. – Режим доступа: [http://www.bostonherald.com/sports/red\\_sox/2017/09/Yankees\\_rat\\_to\\_mlb\\_about\\_stolen\\_signs](http://www.bostonherald.com/sports/red_sox/2017/09/Yankees_rat_to_mlb_about_stolen_signs).

86. Mehta A. Anti-doping scientists expose cheating Russian athletes

[Электронный ресурс] / A. Mehta // Chemistry World. – 2016. – 20 дек. – Режим доступа: <https://www.chemistryworld.com/news/anti-doping-scientists-expose-cheating-russian-athletes/2500159.article>.

87. Mingo R. Stamps rookie Durant proving to be a bull in a china shop [Электронный ресурс] / R. Mingo // Calgary Herald. – 2015. – 31 авг. – Режим доступа: <http://calgaryherald.com/sports/football/cfl/calgary-stampeders/stamps-rookie-durant-proving-to-be-a-bull-in-a-china-shop>.

88. Moore W. Play On! Play Off? [Электронный ресурс] / W. Moore // Castanet. – 2016. – 3 фев. – Режим доступа: <https://www.castanet.net/news/Kelowna/157666/Play-On-Play-Off>.

89. Mushnick P. April's time for foolish games / P. Mushnick // New York Post. – 1999. – 4 апр. – Режим доступа: <https://nypost.com/1999/04/04/aprils-time-for-foolish-games/>.

90. Mushnick P. ESPN sacrifices staff and destroys pregame shows at same time [Электронный ресурс] / P. Mushnick // New York Post. – 2017. – 18 нояб. – Режим доступа: <https://nypost.com/2017/11/18/despite-cutting-staff-espn-coverage-still-overstuffed/>.

91. Navarro M. What did Heat do for captain Udonis Haslem on the first day of free agency? You must see it for yourself [Электронный ресурс] / M. Navarro // Miami Herald. – 2017. – 2 июля. – Режим доступа: <http://www.miamiherald.com/sports/spt-columns-blogs/heat-check/article159343104.html>.

92. Norman W. Did Lance Armstrong Cheat, and Does it Matter? : what to make of all this now that he will “no longer address” the issue [Электронный ресурс] / W. Norman // This Sporting Life. – 2012. – 28 авг. – Режим доступа: <https://thissportinglife.net/2012/08/28/did-lance-armstrong-cheat/>.

93. Pandey T. What's the Mata with Mourinho? [Электронный ресурс] / T. Pandey // Sportskeeda. – 2013. – 20 сен. – Режим доступа: <https://www.sportskeeda.com/football/whats-the-mata-with-mourinho-3>.

94. Panja T. No Russian Anthem at Olympics? I.O.C. Weighing Possible Penalties

- [Электронный ресурс] / Т. Panja // The New York Times. – 2017. – 6 нояб. – Режим доступа: <https://www.nytimes.com/2017/11/06/sports/olympics/russia-doping-winter-olympics.html?rref=collection%2Fsectioncollection%2Fsports>.
95. Pinkham N. WATCH: F1 Report - Malaysia GP [Электронный ресурс] / N. Pinkham // Sky Sports. – 2016. – 6 окт. – Режим доступа: <http://www.skysports.com/f1/news/24099/10606847/watch-f1-report-malaysia-gp>.
96. Pinto P. Ronaldomania hits Madrid [Электронный ресурс] / P. Pinto // CNN. – 2009. – 8 июля. – Режим доступа: <http://worldsport.blogs.cnn.com/2009/07/08/ronaldomania-hits-madrid/>.
97. Radcliffe S. Muscles: Use them or lose them [Электронный ресурс] / S. Radcliffe // Men's Fitness. – 2017. – 15 мая. – Режим доступа: <https://www.mensfitness.com/training/pro-tips/muscles-use-them-or-lose-them>.
98. Ralph J. Hockeyroos win Commonwealth Games gold in dramatic final against England [Электронный ресурс] / J. Ralph // Fox Sports. – 2014. – 3 авг. – Режим доступа: <https://www.foxsports.com.au/breaking-news/hockeyroos-win-commonwealth-games-gold-in-dramatic-final-against-england/newsstory/b557862fe75438a22f3dbf63acf7185b?>.
99. Robson S. Did he Mess it up? Superstar Leo does the impossible in football but FAILS with awkward wedding kiss [Электронный ресурс] / S. Robson, A. Richards // Mirror. – 2017. – 1 июля. – Режим доступа: <http://www.mirror.co.uk/sport/football/news/lionel-messi-wedding-rosario-argentina-10718954>.
100. Royen V. R. Five international sporting stars to watch in 2017 [Электронный ресурс] / R. V. Royen // Stuff. – 2017. – 3 янв. – Режим доступа: <http://www.stuff.co.nz/sport/other-sports/86940059/five-international-sporting-stars-to-watch-in-2017>.
101. Simmons B. The Greatest, Best, and Most Historic NBA MVP Column Ever [Электронный ресурс] / B. Simmons // The Ringer. – 2017. – 14 апр. – Режим доступа: <https://www.theringer.com/2017/4/14/16039806/bill-simmons-2017-nba>.

mvp-james-harden-russell-westbrook-kawhi-leonard-4f617e8d5df5.

102. Squires D. David Squires on ... the Jurassic world of Premier League managers [Электронный ресурс] / D. Squires // The Guardian. – 2017. – 5 дек. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/football/ng-interactive/2017/dec/05/david-squires-jurassic-world-premier-league-managers>.

103. Steinberg J. Brazil 1-2 Mexico: Olympic men's football final – as it happened [Электронный ресурс] / J. Steinberg // The Guardian. – 2012. – 11 авг. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/sport/2012/aug/11/brazil-mexico-olympic-football-final-live>.

104. Steele D. Shady win by Washington NFL team in Supreme Court, but it still counts [Электронный ресурс] / D. Steele // Sporting News. – 2017. – 19 июня. – Режим доступа: <http://www.sportingnews.com/nfl/news/washington-redskins-supreme-court-first-amendment-name-the-slants/vxalitbyrfac1ocgeedugrf58>.

105. Volpicelli G. After Sharapova Revelation, Nootropics Sites Say Demand for Meldonium Is Surging [Электронный ресурс] / G. Volpicelli// Motherboard. – 2016. – 11 мар. – Режим доступа: [https://motherboard.vice.com/en\\_us/article/after-sharapova-revelation-nootropics-sites-say-demand-for-meldonium-is-surging](https://motherboard.vice.com/en_us/article/after-sharapova-revelation-nootropics-sites-say-demand-for-meldonium-is-surging).

106. Wizig J. The mouse that roared: Faces from UH past look at the Coogs now [Электронный ресурс] / J. Wizig // Chron. – 2017. – 4 мая. – Режим доступа: <http://www.chron.com/local/history/sports/article/The-mouse-that-roared-Faces-from-UH-past-look-at-11122518.php>.

107. Yunt B. E. Goldan Eagles get golden goal [Электронный ресурс] / B. E. Yunt // The Denver Post. – 2013. – 23 мая. – Режим доступа: <https://www.pressreader.com/usa/the-denver-post/20130523/282351152306411>

108. Zidan K. Meldonium Misconduct: Manufacturers of the controversial drug claim it isn't a PED [Электронный ресурс] / K. Zidan // Russia News Now. – 2016. – 17 мая – Режим доступа: <http://www.bloodyelbow.com/2016/5/17/11690282/meldonium-misconduct-manufacturers-of-the-scandalous-drug-discuss-why-it-isnt-a-ped>.

109. A tennis lesson: sharp practice in the science behind the Sharapova case

[Электронный ресурс] // DMJ Journal. – 2016. – 1 июня. – Режим доступа: <http://pmj.bmj.com/content/early/2016/06/01/postgradmedj-2016-134124>.

110. Bisons Begin Best-of-Three Playoff Series at Home [Электронный ресурс] // ChrisD. – 2017. – 17 фев. – Режим доступа: [https://www.chrisd.ca/2017/02/17/manitoba-bisons-mount-royal-cougars-hockey-playoffs/#.WiO6MUpl\\_IU](https://www.chrisd.ca/2017/02/17/manitoba-bisons-mount-royal-cougars-hockey-playoffs/#.WiO6MUpl_IU).

111. Bitter experience keeps Man City's Guardiola grounded [Электронный ресурс] // New Straits Times. – 2017. – 24 нояб. – Режим доступа: <https://www.nst.com.my/sports/football/2017/08/267157/bitter-experience-keeps-man-citys-guardiola-grounded>.

112. Doping in sport: a cold-war chill [Электронный ресурс] // The Economist. – 2015. – 27 окт. – Режим доступа: <https://www.economist.com/news/europe/21678257-investigators-charge-russia-once-again-drugging-its-athletes-cold-war-chill>.

113. Ex-Lakers PG Marcelo Huertas Says NBA Players Are 'Babies' [Электронный ресурс] // Tmz Sports. – 2017. – 17 окт. – Режим доступа: <http://www.tmz.com/2017/10/17/marcelo-huertas-nba-babies/>.

114. Is it plausible that Maria Sharapova didn't know that meldonium was a banned substance? [Электронный ресурс] // Quora. – 2016. – 11 мар. – Режим доступа: <https://www.quora.com/Is-it-plausible-that-Maria-Sharapova-didnt-know-that-meldonium-was-a-banned-substance>.

115. Maria Sharapova offered potential lifeline over positive test for meldonium [Электронный ресурс] // The Guardian. – 2016. – 13 апр. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/sport/2016/apr/13/wada-one-microgram-meldonium-vitaly-mutko>.

116. Messi And Higuain Are Like Little Girls: Peru's Zambrano [Электронный ресурс] // Mid-day.com. – 2012. – 15 сент. – Режим доступа: <http://www.mid-day.com/articles/messi-and-higuain-are-like-little-girls-perus-zambrano/181565>.

117. More state-sponsored doping anticipated by WADA [Электронный ресурс] // Isteroids. – 2016. – 15 мая. – Режим доступа: <http://www.isteroids.com/>

blog/tag/meldonium/.

118. Nope to dope: an analysis of performance enhancing drugs and running // Salty Running. – 2014. – 5 фев. – Режим доступа: <http://www.saltyrunning.com/doping-post/>.

119. Russian doping: McLaren says more than 1,000 athletes implicated [Электронный ресурс] // BBC. – 2016. – 9 дек. – Режим доступа: <http://www.bbc.com/sport/38261608>.

120. Russia's Olympian bobsledder Sergeyeva tests positive for meldonium [Электронный ресурс] // Russia News Now. – 2016. – 16 мар. – Режим доступа: <https://www.therussophile.org/russias-olympian-bobsledder-sergeyeva-tests-positive-for-meldonium-source.html/>.

121. Soccer: Fallon says Italian team behaved like little girls [Электронный ресурс] // NZ Herald. – 2010. – 22 янв. – Режим доступа: [http://www.nzherald.co.nz/sport/news/article.cfm?c\\_id=4&objectid=10653507](http://www.nzherald.co.nz/sport/news/article.cfm?c_id=4&objectid=10653507).

122. Sportsmanship: good losers make the game worth the candle [Электронный ресурс] // The Telegraph. – 2017. – 15 нояб. – Режим доступа: <http://www.telegraph.co.uk/lifestyle/wellbeing/outdoors/5796709/Sportsmanship-good-losers-make-the-game-worth-the-candle.html>.

123. It's not over 'till it's overtime [Электронный ресурс] // NHL. – 2009. – 27 окт. – Режим доступа: <https://www.nhl.com/canadiens/news/its-not-over-till-its-overtime/c-503670>.

124. The All Blacks Almost Famous Five: is little Mitchell Drummond the next big thing [Электронный ресурс] // NZ Herald. – 2017. – 24 окт. – Режим доступа: [http://www.nzherald.co.nz/sport/news/article.cfm?c\\_id=4&objectid=11936054](http://www.nzherald.co.nz/sport/news/article.cfm?c_id=4&objectid=11936054).

125. The World of CrossFit: Men's Health.com [Электронный ресурс] // Health Breaking News – 2011. – 19 нояб. – Режим доступа: <https://www.healthbreakingnews.net/2011/10/the-world-of-crossfit-mens-health-com/>.

126. Tigers Roar To Final Four [Электронный ресурс] // North Allegheny Sports Network. – 2017. – 17 мая. – Режим доступа:

<http://athletics.northallegheny.org/news/tigers-roar-to-final-four/>.

127. Vladimir Putin says meldonium is not a performance-enhancing drug [Электронный ресурс] // The Guardian. – 2016 – 14 апр. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/world/2016/apr/14/vladimir-putin-meldonium-wada-russia>.

128. Weekend of Wins for the Penguins: Women's Soccer Clinches Region Title [Электронный ресурс] // Clark Penguins. – 2017. – 16 окт. – Режим доступа: <http://www.clarkpenguins.com/news/2017/10/16/general-weekend-of-wins-for-the-penguins-womens-soccer-clinches-region-title.aspx>.

129. Who would win in a boxing match: Floyd Mayweather or Conor McGregor? [Электронный ресурс] // The Tylt. – 2017. – 26 авг. – Режим доступа: <https://thetylt.com/sports/who-would-win-a-boxing-match-floyd-mayweather-or-conor-mcgregor-2>.

130. WTF?! Taekwondo governing body rebrands over 'negative connotations' of acronym [Электронный ресурс] // The 42. – 2017. – 24 июня. – Режим доступа: <http://www.the42.ie/wtf-taekwondo-wold-taekwondo-world-taekwondo-federation-3462113-Jun2017/>.