6. Polonskii, A. V. (2015). Media i ikh tekstovaia real'nost' [Media and Their Textual Reality] //*Nauchnye vedomosti Belgorodskogo gos. un-ta* [Belgorod State University Scientific Bulletin],18 (215), 27, 17–24.
7. Prikhod'ko, A. I. (2016). Kognitivnye parametry izucheniia diskursa [Cognitive Parameters of Discourse Study]. *Iazykovaia lichnost' i effektivnaia kommunikatsiia v sovremennom polikul'turnom mire* [*Language Personality and Effective Communication in Modern Polycultural World*]. Minsk: Izd. Tsentr BGU, 50–53.
8. Budaev, E. V., Voroshilova, M. B., Dziuba, E. V., Krasil'nikova, N. A. (2011). Sovremennaia politicheskaia lingvistika [Contemporary Political Linguistics]. Ekaterinburg: Ural. gos. ped. un-t.

О приемах формирования тактик медиарепрезентации спортивного события в новостном тексте

О. С. Волкова
Волгоградский государственный университет

Аннотация
Применение историко-дискурсивного анализа новостных текстов об Олимпийских играх, проходивших в Лондоне в 1908 и 1948 гг., позволило выявить динамику зарождения и эволюции тактик представления спортивного события и спортсмена как его центрального конституента в архивном корпусе региональной британской прессы. При описании спортивного события олимпиады и номинации его участников в новостных заметках использовался типизированный набор дескриптивных приемов, нацеленных на реализацию тактик точности и достоверности изложения. Сопоставление языковых средств, реализующих указанные тактики, позволило отметить формирование еще одной жанровой закономерности — обращение к образно-оценочным приемам описания соревнований свидетельствует о росте значимости тактик героизации и глорификации олимпийских соревнований, что объясняется интенциями повышения информационной аттрактивности текста и формирования имиджа международной значимости олимпийских соревнований.

Ключевые слова: спортивное событие, медиарепрезентация, новостная заметка, тактика.

Потребность современного человека в объективной и достоверной информации объясняет ценность медийного дискурса, призванного создавать и публично транслировать новостную картину дня. Социальная значимость указанной разновидности дискурса объясняет стремление лингвистов к изучению форм и приемов информирования. Исследова-

ния в области медийной лингвистики посвящены изучению социокультурных, лингвопрагматических и лингвостилистических особенностей новостных текстов. В них определяются основания теории медийного дискурса [1; 2; 3 и др.], описываются жанровые, когнитивно-дискурсивные и прагмастилистические особенности языка прессы [5; 6 и др.]. Они в значительной степени опираются на материалы современного новостного контента, однако в рамках настоящего исследовательского проекта обосновывается научная значимость изучения новостных текстов из архивных корпусов прессы, представляющих фрагменты картины дня отдельного исторического периода. Изучение языковых приемов медиарепрезентации событий позволяет установить дискурсивно-тактические особенности информирования, выявить тенденции развития жанровой специфики новостного текста в границах отдельной текстовой культуры. В центре научного анализа были новостные заметки из архива британской региональной прессы о спортивных событиях на Олимпийских Играх, проходивших в Лондоне в 1908 и 1948 гг. [7]. Проведенное исследование с целью когнитивно-дискурсивной реконструкция спортивного события [3] позволило установить три группы приемов его медиарепрезентации в англоязычной прессе, соответствующих тактикам достоверного информирования, героизации и глорификации.

Образ спортсмена находится в центре газетного репортажа с места проведения Олимпийских игр. Предпринятый диахронический анализ текстов из архивов британской региональной прессы позволил отметить формирование **тактики героизации спортсмена**, что способствует повышению аттактивности текста. Игры, проводившиеся в Лондоне в 1908 году, были четвертыми после возобновления олимпийской традиции, и, следуя античной мифологии, журналисты начинают представлять спортсмена как физически сильного и красивого человека: *The physical development to the men forming the section attracted and held the attraction, and the men were cheered to the echo.* Однако в текстах за 1948 г. уже выявляются явные лексические средства героизации. Физическая сила, мощь, красота попадают в фокус внимания читателя: *He was **a tall figure, snow-white in vest and shorts showing against the sun-bronze of his limbs*** [7; Aberdeen Journal 30–07–1948].

Формирование героического образа спортсмена основано на фактах. Читателя информируют о победе над многочисленными соперниками, лучших результатах сезона, об установке нового мирового рекорда. Использование числовых показателей спортивных достижений реализуют **тактики точности и достоверности** медиарепрезентации события. Описания действий и поступков, совершенных атлетом во имя победы, указание на стремление к высшим достижениям в своем виде спорта и готовность к борьбе свидетельствуют о знаках тактики героизации. Борьба за победу ведется через преодоление физической боли: *One of the best performances in the epee fencing event of the modern Pentathlon at Alder-*

shot came from ***Capt. Karacsan, who broke his collar bone*** *in the equestrian event yesterday.* ***He fenced brilliantly to finish joint second*** *with nine wins at the quarter-stage* [7; Daily Mail 31–07–1948]. Профессионализм, упорство и вера в себя, самоотверженность и мужество характеризуют героя-олимпийца: *M'Corquodale* ***showed his world class as a sprinter*** *in finishing a close fourth.* Даже проигрыш автор статьи характеризует как *gallant* (красивым и доблестным), а болезнь и непогода не становятся преградой на пути к победе: *M'Donald Bailey's* ***failure was one of the most gallant*** *of the Games.* ***Laryngitis and a severe chill*** *left his throat and chest so constricted that he could hardly breathe* [7; Aberdeen Journal 02–08–1948].

Было также отмечено, что газетные заметки отличает появление возвышенной тональности при освещении спортивных состязания и церемоний Олимпийских игр, проводившихся в Лондоне в 1948 году. В них проявляется интенция **глорификации** олимпийского движения, они лишены ставшей актуальной в XXI в. политизированности.

Спортивное событие как информативная единица новостного контента приобретает к 1948 г. социокультурную значимость, поскольку информация о нем в прессе популяризирует здоровый образ жизни, а также указывает на ценность спортивного соревнования как инструмента регулирования международных отношений. Тактика демонстрации значимости Олимпийских Игр реализуется в приемах привлечения к ним интереса читающей публики Англии. Масштаб и всеобъемлющий характер возрожденного олимпийского движения акцентируется с помощью выбора лексических единиц: *games have won their way to almost universal favor.* Тактика апелляции к авторитетам гостей и участников не оставляет сомнений в необходимости проявления интереса к данному событию: *Kings inaugurate them; the churches use them as auxiliaries;* тактика указания на общественное признание: *public* ***gives them the practical worship of incessant thought and care,*** высокую национально-культурную значимость: … *the* ***value of sports****, they have, in the main, the characteristic of being English;* скрытый диалогизм повествования и самоидентификация авторов заметки с небезразличной публикой обнаруживается в использовании личных, притяжательных местоимений: *their interest is interwoven into the very warp and woof of* ***our*** *lives* [7; The Sheffield Daily Independent, 13–07–1908]. В одной из заметок за 1948 г. зафиксирован факт осуждения политических символов как противоречащих духу Олимпийских игр: *Communist posters bearing the hammer and sickle and the Red Flag were removed last night from the Yugoslav Olympic team's huts. A camp official said: "It is* ***against the Olympic spirit*** *for political propaganda to be introduced in this way"* [7; Aberdeen Journal, 27–07–1948].

Систематизируя приемы отражения тактики глорификации спортивных состязаний, мы отметили косвенные приемы указания на ценность международных соревнований, например, появление традиции фиксации данного события в виде изображений на почтовых марках убеж-

дает читателя в его эпохальной значимости: *A **SPECIAL** issue of postage stamps **to commemorate** the Olympic Games will be on sale at all Offices to-day.* Внимание к деталям способствует точности и достоверности изложения информации: *The stamps are double normal size and consist of four denominations — 2½ d, 3d, 6d, and 1/ —* [7; Aberdeen Journal — 29–07–1948].

Анализ архивных корпусов газетных текстов, освещающих события Олимпийских игр в 1908 и 1948 гг., позволил установить средства реализации тактик достоверности и точности представления спортивного события в каждый отдельный исторический период, а также отметить формирование к 1948 году тактик героизации спортсмена и глорификации олимпиады как социально-значимого события мирового уровня. Проведенное исследование подтвердило гипотезу о том, что сравнительное изучение когнитивно-дискурсивных тактик репрезентации спортивных состязаний в корпусах британских регинальных новостных текстов, относящихся к разным историческим периодам, позволяет провести реконструкцию событий новостной картины дня, установить приемы медиарепрезентации события, выявить динамику формирования тактик, нацеленных на достоверное или образно-ценностное представление социально-значимого события в новостном контенте.

Список литературы:

1. Александрова О. В. Язык средств массовой информации как часть коллективного пространства общества // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. М.: Изд-во МГУ, 2003. С. 89–99.
2. Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов: Опыт исследования современной английской медиаречи. Москва: КРАСАНД, 2010. 288 с.
3. Ильинова Е. Ю. Когнитивно-дискурсивный аспект медиарепрезентации события // События в коммуникации и когниции, 7, Вестник МГЛУ; серия Языкознание, 2016. С. 87–95.
4. Ионова С. В. Специфика временных маркеров события в текстах PR-документа и журналистской публикации / С. В. Ионова, А. С. Матвеева // Вестник ВолГУ. Сер. 2, Языкознание, 2013. №2. С. 34–40.
5. Плотникова С. Н. Дискурсивное конструирование как теоретическое понятие // Известия ВГПУ, серия "Филологические науки". Волгоград, 2014. №5. С. 41–46.
6. Bell A. The Language of News Media. Oxford: Blackwell, 1991. 227 p.
7. The British Newspaper Archive [Электронный ресурс]. URL: http:// britishnewspaperarchive.co.uk (дата обращения: 01.06.2016).

Примечание:

Выполнено при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований (РФФИ), проект №15–04–00134 "Историческая дискурсология: проблемы, методология и перспективы развития".

Сведения об авторе:
Волкова Ольга Сергеевна, к. ф. н., доцент, Волгоградский государственный университет, Волгоград, Россия; e-mail: olgavolkova@ volsu.ru

ON TECHNIQUES AND TACTICS OF SPORTS EVENT MEDIAREPRESENTATION IN A NEWS TEXT

Olga S. Volkova
Candidate of Philology, Associate Professor, Volgograd State University, Volgograd, Russia; e-mail: olgavolkova@ volsu.ru

Abstract
The use of historical and discursive analysis applied to newspaper texts about the Olympic Games held in London in 1908 and 1948, revealed the tactics of sports event representation. Sportsmen, being the central constituent of sports events, are nominated and described using a typical set of descriptive elements aimed at accurate and reliable information presentation. The analysis of linguistic means verbalizing these tactics in newspaper articles published in 1908 and 1948 displayed another genre peculiarity — the use of imagery and evaluative techniques in competition description emphasizes increased importance of the tactics of event contestants heroisation and glorification. It may be explained by the intentions to prompt informational attractiveness of the text and create internationally significant image of the Olympic games.

Keywords: sporting event mediarepresentation, news stories, tactics.

References:

1. Aleksandrova, O.V. (2003). Yazyk sredstv massovoj informacii kak chast kollektivnogo prostranstva obshhestva [The Language of Mass Media as a part of collectively shared space of the society]. *Yazyk SMI kak object mezhdisciplinarnogo issledovaniya* [*Mass Media Language as an Object of Cross-disciplinary Study*]. Moscow: MGU Publ., 89–99.
2. Dobrosklonskaya, T.G. (2010). Voprosy izucheniya media tekstov: Opyt issledovaniya sovremennoy angliyskoy mediarechi [The study of media texts. Modern English Media Speech Studying Experience]. Moscow: KRASAND Pbl.
3. Ilinova, E. Yu. (2016). Kognitivno-diskursivniy aspect mediareprezentacii sobytiya [Cognitive and Discourse aspects of Event Representation in the Media]. Vestnik MGLU; Sobytiya v kommunikacii I kognicii. SeriyaYazykoznanie [*Scientific Journal of MSLU. Events in Communication and Cognition. Vol. Linguistics*]. No 7, 87–95.
4. Ionova, S.V. (2013). Specifika vremennyh markerov sobytiya v tekstah PR-dokumenta I zhurnalistskoi publikacii [Special Features of the Event Marker in PR-Document Texts and Media Publications]. *Vestnik VolGU. Yazykoznanie* [*Scientific Journal of VolSU. Linguistics*], No 2, 34–40.

5. Plotnikova, S. N. (2014). Diskursivnoe konstruirovanie kak teoreticheskoe ponyatie [Discursive Constructing as a Theoretical Concept]. *Izvestiya VGPU, seriya "Filologicheskie nauki"* [*Science Journal of Volgograd State Pedagogical University. Philological Sciences*]. Volgograd, No 5, 41–46.
6. Bell, A. (1991). The Language of News Media. Oxford: Blackwell.
7. The British Newspaper Archive. Retrieved 1 June, 2016 from http://britishnewspaperarchive.co.uk

Пресуппозиции в кризисном дискурсе как средство сохранения имиджа компании

А. В. Галигузова
МГИМО МИД России

Аннотация

Статья посвящена анализу использования пресуппозиций в кризисном дискурсе. В статье рассматриваются особенности кризисной коммуникации, приводится классификация пресуппозиций, проводится анализ типов пресуппозиций, наиболее часто встречающихся в кризисном дискурсе. Особое внимание уделается тому, какую роль пресуппозиции играют в конструировании кризисного дискурса, направленного на сохранение / восстановление имиджа компании, сохранение ее репутационного капитала. Пресуппозиции рассматриваются в контексте репаративных стратегий гуманизации имиджа компании, а именно стратегий интерпретации, ориентации и ухода от ответственности.

Ключевые слова: пресуппозиция, кризисный дискурс, кризисная коммуникация, сохранение / восстановление имиджа / репутации.

Роль репутации компании как одного из ее важнейших нематериальных активов сложно переоценить. Положительная деловая репутация компании является существенной составляющей ее фактической стоимости, именно поэтому успешные компании уделяют особое внимание сохранению и приумножению своего репутационного капитала. Однако в условиях кризиса репутационному капиталу организации может быть нанесен серьезный ущерб, для ликвидации или смягчения последствий которого потребуется не только совершение компанией конкретных действий, но и создание определенного "кризисного" дискурса, в основе которого лежат репаративные речевые стратегии.

Залогом эффективности стратегий сохранения имиджа является прогнозирование реакции целевой аудитории, которое, в свою очередь, лежит в основе использования той или иной дискурсивной практики,