

Карина Эдуардовна Киямова  
Санкт-Петербургский государственный университет  
Санкт-Петербург, Университетская набережная д 7/9

Karina Eduardovna Kiyamova  
St. Petersburg State University  
St. Petersburg, Universitetskaya embankment d 7/9

## **Политический дискурс в спортивных СМИ России и Великобритании**

### **Political Discourse in Sports Media in Russia and the UK**

#### **Аннотация:**

Выбор темы был обусловлен тем, что сегодня в журналистских материалах на спортивную тему по-прежнему появляются элементы политики и политической журналистики.

**Актуальность исследования** обуславливается рядом обстоятельств. В современном мире спортивный имидж государства очень сильно влияет на имидж всей страны. Он отражает успехи государства во всех сферах жизни. Это побуждает правительства активно привлекать внимание граждан и мировую общественность к победам своей страны.

Таким образом, спортивные достижения страны используются и в манипулятивных целях. Освещение спорта в СМИ помогает отвлечь людей от проблем государства в других сферах жизни и, благодаря успехам страны в спортивной сфере жизни, создать у людей чувство гордости и причастности к успехам своей страны.

Поэтому спортивная пресса уже не только освещает результаты спортивных соревнований, она рассматривает спорт в совокупности с другими сферами жизни, а спортивный дискурс, как правило, звучит наряду с политическим дискурсом. Результаты данной работы были озвучены в 2011 году.

**Ключевые слова:** Спортивная пресса России; Спортивная пресса Великобритании; манипуляционное воздействие СМИ.

#### **Abstract:**

The choice of the topic was due to the fact that today in journalistic materials on the sports theme there are still elements of politics and political journalism. The relevance of the study is due to a number of circumstances. In the modern world, the sport image of the state greatly influences the image of the whole country. It reflects the successes of the state in all spheres of life. This

encourages governments to actively draw the attention of citizens and the world public to the victories of their country.

Thus, the country's sporting achievements are also used for manipulative purposes. Coverage of sports in the media helps to distract people from the problems of the state in other spheres of life and, thanks to the country's successes in the sports sphere of life, create people's sense of pride and involvement in the successes of their country.

Therefore, the sports press not only covers the results of sports competitions, it considers sports in conjunction with other spheres of life, and sports discourse, as a rule, sounds along with political discourse. The results of this work were announced in 2011.

**Keywords:** Sports press of Russia; Sports press of Great Britain; manipulative impact of the media.

## Введение

Данная работа посвящена исследованию темы: «Политический дискурс в спортивных СМИ России и Великобритании». Выбор темы был обусловлен тем, что сегодня в журналистских материалах на спортивную тему по-прежнему появляются элементы политики и политической журналистики.

**Актуальность исследования** обуславливается рядом обстоятельств. В современном мире спортивный имидж государства очень сильно влияет на имидж всей страны. Он отражает успехи государства во всех сферах жизни. Это побуждает правительства активно привлекать внимание граждан и мировую общественность к победам своей страны.

Таким образом, спортивные достижения страны используются и в манипулятивных целях. Освещение спорта в СМИ помогает отвлечь людей от проблем государства в других сферах жизни и, благодаря успехам страны в спортивной сфере жизни, создать у людей чувство гордости и причастности к успехам своей страны.

Поэтому спортивная пресса уже не только освещает результаты спортивных соревнований, она рассматривает спорт в совокупности с другими сферами жизни, а спортивный дискурс, как правило, звучит наряду с политическим дискурсом.

Выбор государств был обусловлен их богатыми историческими традициями в области спорта и спортивных СМИ, а также современной ситуацией в данной сфере жизни. К спорту приковано большое внимание со стороны политической элиты: проводятся спортивные мероприятия, цель которых – привлечение к спорту большого количества людей. Большую роль в этом играют спортивные СМИ.

**Объектом исследования** выступают спортивные СМИ России и Великобритании. **Предметом нашего исследования** является политический дискурс в спортивных СМИ.

**Основная цель исследования** заключается в том, чтобы определить, насколько политизированы спортивные СМИ России и Великобритании.

Поставленная цель работы обуславливает необходимость решения ряда **задач**:

- Определение понятий «спорт» и «политический дискурс», лингвистических средств выражения политического дискурса, а также выявление связи между двумя понятиями
- Выявление цели использования политического дискурса в спортивных СМИ, определение понятия «имидж» и основных компонентов формирующих спортивный имидж страны
- Исследование на практике использования политического дискурса в спортивных СМИ на лингвистическом уровне в России и в Великобритании, а также его влияние на формирование имиджа страны

**Эмпирической базой исследования** станут статьи из российских и британских спортивных изданий. Стоит также отметить, что материалом исследования станут печатные СМИ и on-line издания.

**Хронологические рамки исследования.** Для проведения исследования мы выбрали статьи из российских СМИ, посвященные олимпийским играм в Ванкувере, и статьи из английских спортивных изданий, посвященным олимпийским играм в Пекине. Выбор хронологических рамок исследования объясняется тем, что зимняя Олимпиада в Ванкувере стала последней зимней Олимпиадой перед домашними Играми в Сочи, а летняя Олимпиада в Пекине – перед домашней для Англии Олимпиадой в Лондоне. Таким образом, можно проследить за тем, какой настрой царит в прессе перед домашними соревнованиями и на какие компоненты создания спортивного имиджа сделан акцент.

Также выбор именно олимпийских игр был обусловлен и тем, что на Олимпиаде политика наиболее активно вмешивается в спорт, используя спортивные СМИ как политический и идеологический инструмент. Ведь Олимпиада – событие, которое смотрят огромное количество зрителей, отслеживая в данный период времени и спортивные СМИ.

Для решения поставленных задач в основу работы положены различные **методы исследования**. Первые две задачи – определение понятий, необходимых для нашего исследования, и рассмотрение основных составляющих спортивного имиджа страны – будут рассмотрены и решены с помощью метода анализа литературы и синтеза полученной информации.

Для решения практической задачи мы обратимся к методу контент-анализа, для того чтобы увидеть, как спортивные СМИ используют политический дискурс для создания положительного спортивного имиджа страны.

Также при написании работы мы применили следующие методы – сравнительный метод, обобщение, описание, исторический метод.

**Теоретической базой исследования** являются труды М.В. Ильина<sup>i</sup>, И.М. Пиевской<sup>ii</sup>, Н. Блейн и Р. Бойл<sup>iii</sup>, К.А. Алексеева и С. Н. Ильченко<sup>iv</sup>, Е. В. Шмелевой<sup>v</sup>, О. Д. Спасского<sup>vi</sup>, Д. Торкилдсен<sup>vii</sup> и др.

**Структура работы.** Данная работа включает в себя две главы. Первая часть посвящена теоретическому исследованию темы. В ней мы рассмотрим основные лингвистические средства использования политического дискурса, а также цели использования политического дискурса в спортивных СМИ.

Вторая часть посвящена эмпирическому исследованию темы. В ней мы на практике докажем, что в статьях спортивных СМИ России и Великобритании используются лингвистические приемы политического дискурса, рассмотрим компоненты создания положительного спортивного имиджа, используемого СМИ обеих стран, а также сделаем вывод о том, спортивные СМИ каких стран более политизированы.

## **I. Политический дискурс: понятие и цели использования в спортивных СМИ**

В теоретической главе мы остановимся на решении первых трех задач нашего исследования. Мы объясним причину, по которым мы выбрали именно спортивные СМИ России и Великобритании, для этого обратимся к истории и современному положению спорта и спортивных СМИ этих стран. Далее мы раскроем понятия спорта и политического дискурса и поговорим о взаимосвязи двух этих понятий и о способах выражения политического дискурса на разных уровнях. Для решения третьей задачи – выявления причины, по которой политический дискурс

используется в спортивных СМИ, – мы поговорим об основных компонентах, участвующих в создании спортивного имиджа страны.

## **1.1 История и современная ситуация в спорте и спортивных СМИ России и Великобритании**

В данном параграфе мы рассмотрим основные причины, по которым мы остановились именно на спортивных изданиях двух выбранных нами стран.

Чтобы на практике раскрыть особенности использования элементов политического дискурса в спортивных СМИ, мы выбрали спортивные СМИ двух стран – Великобритании и России. Выбор стран был обусловлен тем, что именно в этих двух государствах существуют богатые традиции СМИ спортивной сферы жизни – их спортивные газеты и журналы прошли эволюцию от простого освещения результатов соревнований до придания соревнованиям политического оттенка. Если говорить о современном периоде, то сегодня спорт занимает существенное место в политической России и Великобритании.

Именно в Англии понятие спорта приобрело своё современное значение. В начале 17 века король Яков I предпринял меры «по институализации спорта как достойного и значимого вида человеческой деятельности», а в 1604 году состоялись «Английские олимпийские игры». Также в этот период Джон Локк в своей работе «Опыт о человеческом разуме» разработал теорию «физической культуры джентльменов».

Зарождение европейской традиции спортивных СМИ «с ее тематическим разнообразием и вниманием к событийности как фактору деятельности СМИ» также неразрывно связано с Великобританией. Один из первых в мире спортивных репортажей был напечатан в январском номере английской газеты «Протестантский Меркурий» за 1681 год. Он

был посвящен боксерскому поединку. Стоит обратить внимание на то, что поединок проходил между представителями низших сословий, что не помешало событию попасть на страницы газеты. Это показывает, что спорт и освещение спортивных событий в СМИ уже стало приобретать социальные и политические оттенки. Активно данная тенденция продолжила свое развитие в мире, а особенно в Великобритании, после возрождения в 1894 году олимпийского движения.<sup>viii</sup>

Что касается современного периода, то сейчас «самый английский спорт - футбол - развился в огромный бизнес. Новые стадионы, усиленная охрана и трансляция матчей по телевидению внесли в это свой вклад. Множество популярных видов спорта отражают разнообразие спортивной жизни в Англии. Среди них гольф, охота, верховая езда, стрельба, теннис, хоккей, боулинг, плавание, альпинизм. Спортивная промышленность стала прибыльной благодаря связям со спонсорами и телекомпаниями. Ставки на результаты матчей всегда были популярны, теперь же они широко распространены и приняты обществом. Чаще ставят на скачки и собачьи бега, а еженедельные ставки на результаты футбольных матчей дают шанс выиграть миллионы фунтов»<sup>ix</sup>. Таким образом, мы видим, что спортивные традиции Великобритании по-прежнему сильны.

Также местные власти Англии и Уэльса тратят большие средства на организацию досуга для местных жителей. Одни из основных пунктов затрат – крытые плавательные бассейны (13,4 ф. ст. на человека), спортзалы и центры досуга (14,4 ф. ст. на человека). Значительные средства выделяются и на развитие спорта на открытом воздухе.<sup>x</sup>

Если говорить о спортивной прессе, то в Англии нет ежедневной общенациональной спортивной газеты.<sup>xi</sup> Если говорить об известной газете “Daily Sport”, то она не уделяет достаточного внимания спорту. “Тринадцать из пятидесяти шести страниц в новой газете будут о спорте” – так распределились рубрики газеты в 2008 году, после изменений в дизайне газеты.<sup>xii</sup>

Но при этом огромной популярностью пользуются спортивные рубрики в общественно-политических изданиях. «Дело в том, что все общенациональные ежедневные газеты - как качественные, так и бульварные (таблоиды) - отводят под спорт большие площади, по несколько страниц. Ежедневно. А в выходные - специальные вкладки»<sup>xiii</sup>. На наш взгляд, одна из причин того, что о спорте пишут именно общественно-политические издания – тесная связь спорта с остальными сферами жизни страны как на страницах газет, так и в функционировании системы государства. Но такая тенденция существовала не всегда. Так, еще в начале 90-х качественная пресса Великобритании почти не писала о спорте, мало внимания уделяла пресса даже чемпионату мира по футболу, считая подобные темы несерьезными. «Теперь она так не считает. "Таймс", "Гардиан", "Дейли телеграф" и другие изменили свое отношение к освещению спорта после лета 1996 года (чемпионат Европы в Англии).

Сейчас она практически не отстает от бульварной, которая поняла выгодность спорта еще в 1969 году, когда Руперт Мердок, купивший "Сан", сделал из него таблоид».<sup>xiv</sup> В чем же причина того, что серьезные издания начали писать о спорте: изменение менталитета и сознания англичан или же участие спорта в политической жизни страны? Ответить на этот вопрос мы постараемся в следующей части, когда проанализируем, какого плана материалы о спорте можно встретить в современных английских газетах.

Стоит также отметить, что в качестве объекта исследования мы возьмем спортивные рубрики общественно-политических изданий. Ведь, как мы выяснили, спортивной ежедневной прессы в Великобритании не существует по причине того, что «она бы не выжила, не выдержала конкуренции».<sup>xv</sup> Это говорит о том, что она не содержит политический дискурс и не участвует в построении имиджа страны. Есть специализированные издания, посвященные отдельным видам спорта, но в



силу своей узкой тематики они не могут участвовать в формировании имиджа страны для всех граждан.

Что касается России, то здесь первые сведения о спортивных состязаниях относятся к 11-13 векам. В древнерусских летописях можно найти большое количество упоминаний о кулачных боях. История освещения спортивной тематики в России не столь долгая как в Великобритании, но уже в середине 18 века вопросы физического воспитания обсуждались в русских журналах.<sup>xvi</sup> А. Б. Суник в своей книге «Российский спорт и олимпийское движение на рубеже XIX – XX вв.» говорит о том, что «Наверное, ни в одной стране мира, где зарождался спорт, не было столь активных теоретических споров и дискуссий вокруг проблемы “Что есть спорт?”, как в России».<sup>xvii</sup> Таким образом, мы можем говорить о том, что в России спорт воспринимается как явление многогранное, охватывающее разные сферы жизни.

«В дореволюционной России в разные годы издавалось свыше 100 спортивных газет и журналов. Первое отечественное издание – «Еженедельник для охотников до лошадей». С 1842 в Москве стал выходить журнал «Коневодство и конный спорт», с 1859 в Петербурге – «Шахматный листок». В конце 19 века спортивные издания появились и в других городах – Киеве, Одессе, Риге, Саратове, Туле.<sup>xviii</sup> «Появление спортивной прессы стало закономерным этапом эволюции отечественной журналистики в XIX веке. Стремительный промышленный взлет России во второй половине столетия, бурное развитие науки и техники, демократизация читательской аудитории, повышение уровня образованности и культуры, появление новых увлечений и интересов – все это способствовало генезису специальной печати, отражавшей события всех отраслей науки, экономики и культуры. Спортивная пресса, формировавшаяся в рамках единого процесса развития журналистики, подчинявшаяся общим законам, оперативно откликавшаяся на требования

времени, заняла в это время прочное место в отряде специализированной периодики»<sup>xix</sup>.

Нередко по одному виду спорта выходило несколько изданий. В спортивных газетах и журналах пропагандировались идеи буржуазного спорта, политика царского правительства в области физического воспитания. Наиболее значительными изданиями были журналы «Самокат», «Русский спорт», «Геркулес».<sup>xx</sup> Как мы видим, ещё до возрождения в мире олимпийского движения спорт приобрел политическую окраску, преподнося спортивные достижения как результат грамотной политики царской власти.

В советский период спорт по-прежнему оставался политическим инструментом, активно используемого Комитетом по физической культуре и спорту при Совете Министров СССР для становления идеи сильного советского государства и совершенства советского человека.

Богатые исторические традиции в области спорта в России и Великобритании продолжают и в наше время, когда обе страны уделяют большое внимание развитию спорта и делают акцент на развитие спортивных традиций и их освещение в спортивных СМИ.

«За последний календарный год, несмотря на влияние кризиса, рынок периодических печатных изданий о спорте скорее рос, чем стагнировал. Появился ряд новых журналов. Этому способствовали общий подъем интереса россиян к спорту и победы наших атлетов на международных соревнованиях. Руководство страны стало уделять много внимания таким вопросам, как здоровье нации, развитие массового и повышение уровня профессионального спорта.... А 2011 год в Москве объявлен годом спорта и здорового образа жизни».<sup>xxi</sup> Так начинается статья Генерального директора ИД «Глобал Медиа Групп» Вячеслава Керова для журнала «Новости СМИ», вышедшая в конце 2009 год. В статье он оценивает состояние рынка спортивной прессы в России.

Вячеслав Керов отмечает значимость на рынке спортивных СМИ изданий «Спорт-Экспресс» и «Советский спорт». Также 25 изданий о спорте выходят не менее одного раза в месяц: «Еврофутбол», Total Football и т.д. Вместо приостановленных и закрытых изданий появляются новые: «Горячий лед», XCSport и др. Новые спортивные издания выходят не только в Москве и Санкт-Петербурге, но и во многих других регионах страны, что доказывает их интерес к спорту. Журнальный рынок изданий, как правило, представлен специализированными изданиями, посвящёнными какому-либо одному виду спорта.

Отдельно Генеральный директор ИД «Глобал Медиа Групп» говорит и о прошедшем в Казани первом Всероссийском спортивном форуме «Россия – спортивная держава», в котором приняли участие президент РФ Дмитрий Медведев, члены правительства РФ, президенты спортивных федераций России, известные спортсмены и другие. «Этот форум еще раз показал, насколько значим в нашей стране спорт. Следовательно, инвестиции со стороны государства и частных лиц будут только расти. Соответственно, число спортивных изданий будет увеличиваться, а их качество – повышаться».<sup>xxii</sup>

По предположению Вячеслава Керова, «в ближайшие пять лет ниша спортивных изданий будет одной из самых динамично развивающихся».<sup>xxiii</sup>

Можно утверждать, что тенденции, отмеченные Вячеславом Керовым, всё более ускоряются в данный момент. Государство уделяет достаточно большое внимание к спорту. Предпринимаются многочисленные попытки привлечь людей к спорту.

Так, в октябре 2008 года пост Президента Союза биатлонистов России занял Михаил Прохоров, российский миллиардер, президент частного инвестиционного фонда Группа ОНЭКСИМ, председатель совета директоров ОАО «Полюс Золото». На начало 2009 года – самый богатый человек в России<sup>xxiv</sup>, на начало 2010 года – второе место.<sup>xxv</sup> После прихода Михаила Прохора в биатлон, по словам спортсменов, условия для

тренировок значительно улучшились. Уже в 2008 году биатлонист Максим Чудов отмечал: «Гораздо важнее, что сейчас пришел человек, который имеет серьезный вес в политике и бизнесе. Уже это обстоятельство позволяет надеяться, что в нашем биатлоне произойдут изменения к лучшему».<sup>xxvi</sup> После Олимпиады в Ванкувере другой биатлонист сборной России Евгений Устюгов подтвердил тенденцию, намеченную Максимом Чудовым: «...А что до нашей команды, то раньше были моменты, что ребята собирались и выдвигали претензии. Но когда я пришел в сборную, то федерацией уже руководил Михаил Прохоров и жаловаться нам не на что. Мы сейчас реально как дети – проснулся, ушел на тренировку, занимаешься, ни о чем не думаешь».<sup>xxvii</sup>

По словам самого Михаила Прохорова, его основные цели – «создать эффективную, прибыльную систему в этом "медальном" виде спорта. Высокая зрелищность и непредсказуемость биатлона позволяет создать коммерческий продукт и "заразить" биатлономанией всю страну».<sup>xxviii</sup>

Таким образом, можно сделать вывод, что назначение Михаила Прохорова на данный пост было направлено на улучшение ситуации в биатлоне. Хорошие условия для тренировок улучшают результаты спортсменов и побуждают отдавать детей в данный вид спорта. Также деятельность нового Председателя Союза биатлонистов направлена на привлечение внимания к данному виду спорта. Идея же создания из биатлона «коммерческого продукта» говорит о том, что к этому есть предпосылки, что есть достаточное количество людей, которые увлекаются данным видом спорта.

После Олимпийских Игр в Ванкувере прошла встреча Президента России Дмитрия Медведева с призёрами Олимпийских Игр. На встрече Президент наградил спортсменов Орденами Дружбы и медалями ордена «За заслуги перед Отечеством» первой и второй степеней.<sup>xxix</sup> Торжественный приём в Кремле и награждение высокими

наградами говорят о том, что спортивные достижения приравниваются к достижениям в других сферах общественной жизни, и о том, что политика государства в области спорта направлена на привлечение людей к спортивным соревнованиям.

Выступление Дмитрия Медведева на заседании Совета по развитию физической культуры и спорта, где обсуждались итоги Олимпийских Игр в Ванкувере, ещё раз подтверждает большое внимание к спорту со стороны государства и желание расширить круг людей, интересующихся спортивными достижениями страны. «Вложения в подготовку наших спортсменов сопоставимы с затратами других стран, а иногда и выше».

Многочисленные кадровые перестановки после не самого удачного выступления на Олимпийских играх говорят о том, что наша страна нацелена на хорошее выступление на следующей Олимпиаде, которая будет проходить в Сочи. Тот факт, что Олимпиада будет проходить в нашей стране, ещё больше привлечёт внимание к ней российских зрителей, а, значит, привлечёт внимание и к самому спорту. А также при удачном выступлении нашей команды и хорошей организации мероприятия поможет установить статус России как великой державы.

Об этом сказал на Заседании Дмитрий Медведев: «Мы должны доказать всему миру и себе, что выбор, сделанный в 2007 году в Гватемале, не был случаен. У нас должно быть желание побеждать! Гостеприимство наших людей и любовь к спорту должны заслонить все остальное. Мы сделаем все, чтобы Олимпиада-2014 запомнилась яркими достижениями и прекрасными результатами. Олимпиада потребует от нас значительных усилий. Но мы сможем. Мы должны продемонстрировать, что умеем постоять за себя». <sup>xxx</sup>

В этих словах видно стремление с помощью блестящих результатов и блестящей организации Олимпиады придать спорту политическую окраску, показать, что спортивные достижения России отразят её успехи в других сферах жизни. Желание хорошо организовать Олимпиаду в Сочи –

это также яркий пример связи спорта с другими сферами жизни, в том числе с экономической и политической. Через спортивную сферу мы хотим показать миру наши экономические успехи.

Приведённые выше факты говорят о том, что в России за последние несколько лет активно вырос и продолжает расти интерес людей к спорту. Государство активно способствует повышению интереса к данной сфере жизни. Внимание людей к спорту позволяет использовать его как один из инструментов государства для создания положительного имиджа страны и идеи сильного государства. Один из методов для создания подобной идеи – увеличение числа спортивных СМИ и использование в спортивных СМИ элементов политического дискурса, что мы более подробно докажем в следующей главе.

Таким образом, в первом параграфе мы пришли к выводу, что выбор спортивных СМИ России и Великобритании для анализа использования в них политического дискурса был обусловлен богатыми историческими традициями государств в сфере спорта и спортивных СМИ. Также стоит отметить то, что государства тратят большие средства на развитие спорта, говорят о спорте как об одном из приоритетных направлений развития, что говорит о наличии определенных причин такой политики государства. Большой популярностью пользуются и спортивные СМИ или спортивные рубрики общественно-политических изданий России и Великобритании.

## **1.2 Политический дискурс и спорт: определение понятий и их взаимосвязи**

Перед тем, как непосредственно перейти к выявлению связи спорта и политики, а также политического дискурса в спортивных СМИ, стоит остановиться на самих понятиях «спорт» и «политический дискурс» и на той связи, которая существует между этими двумя понятиями.

Дискурс мы обозначим как «коммуникативное событие, происходящее между говорящим и слушающим в процессе коммуникативного действия в определенном временном, пространственном и проч. контексте. Это коммуникативное действие может быть речевым, письменным, иметь вербальные и невербальные составляющие»<sup>xxxі</sup>. Стоит также отметить, что при анализе политических явлений дискурс уже становится не межперсональным диалогом, а «социальным диалогом, происходящий посредством и через общественные институты между индивидами, группами, а также и между самими социальными институтами, задействованными в этом диалоге»<sup>xxxіі</sup>.

Основы теории политического дискурса были заложены в 50-е года 20 века представителями кембриджской и оксфордской философских школ. Первые исследования политического дискурса, как и первые исследования понятия «дискурс», были направлены на лингвистический аспект понятия. В 70-е годы понятие «дискурс» стало применяться при исследовании политических процессов.

Теория политического дискурса неразрывно связана с «понимающей» социологией М. Вебера. М. Вебер отмечал, что предметом изучения социальных наук выступает социальное действие. В центре политического дискурса и его анализа также стоит социальное действие. Характер социального действия очень сильно зависит от идентификации субъекта: «с какой общностью индивид идентифицирует себя, каким образом происходит процесс идентификации и какие механизмы задействованы в этом процессе». Таким образом, одной из центральных характеристик политического дискурса является категория идентичности.<sup>xxxііі</sup> Как мы увидим в практической части, основной целью использования в спортивных СМИ политического дискурса является именно создание у людей чувства причастности к победам сильного государства, которое предстает на страницах спортивных газет.

Стоит также отметить, что социальные действия, стоящие в центре дискурса могут видоизменяться, что, как правило, становится следствием того, что «существующие дискурсы по каким-то причинам начинают угрожать идентичности субъекта». Такие ситуации обычно возникают в периоды социальной нестабильности, когда существующие дискурсы не справляются с поставленными перед ними задачами. <sup>xxxiv</sup>

Так, на данный момент политический дискурс не в состоянии в полной мере выполнять функцию развития у людей патриотизма, причастности к своей стране. Это, во многом, связано с тем, что не все люди интересуются политической жизнью страны. Поэтому идёт активное привлечение спортивной сферы для достижения данной цели. Следовательно, спортивный дискурс испытывает определённые изменения в языковом и содержательном плане, добавляя себе элементы политического дискурса. Таким образом, политика активно внедряется в спортивную среду и появляется смешанный вид дискурса: спортивный дискурс с ярко выраженными элементами политического дискурса. Возможность такого перехода спортивного дискурса определяется в том числе тем, что и спортивный и политический дискурсы относятся к одному виду дискурса - статусно-ориентированному (институциональному), который является противоположным личностно-ориентированному (персональному) дискурсу<sup>xxxv</sup>.

Не стоит забывать и о том, что дискурс не только отражает и осмысляет явления в какой-либо сфере жизни, но и объединяет «смысловые элементы и практики всех сфер общественной жизни». <sup>xxxvi</sup> Это позволяет говорить о том, что в определённом виде дискурса всегда открыто или закрыто, осознанно или случайно присутствуют все виды дискурсов.

М. В. Ильин обозначает политический дискурс как «дискурс целедостижения». <sup>xxxvii</sup> Это значительно сужает понятие. Но, с другой стороны, по мнению М. В. Ильина, расширяется за пределы дискурса



«речевой деятельности». Таким образом, примером политического дискурса могут служить различные митинги, демонстрации и другие «ритуалы», связанные с данным видом дискурса.<sup>xxxviii</sup>

Как уже отмечалось выше, на сегодняшний день спортивный дискурс также служит достижению определённых целей, а значит, может быть отмечен как «дискурс целедостижения», что говорит о наличии в его составе элементов политического дискурса. Спортивный дискурс также проявляется не только в речевой деятельности, но и в различных спортивных мероприятиях, направленных на привлечение людей к спорту и, следовательно, на их сплочение и создание у них чувства национального единства: «Лыжня России» и другие общественные, спортивные, события. Но нас, в первую очередь, будет интересовать именно лингвистический аспект данного понятия, так как речь в работе идет о СМИ и отражение политики на языковом, а не на событийном уровне. Конечно, политика рассматриваемых нами стран направлена на прямое развитие спорта, который показывает силу страны во всех сферах жизни, но все-таки мы не можем говорить о развитии спорта как о первоочередной задаче. И, как мы убедимся в дальнейшем, первоочередным инструментом для создания положительного имиджа государства все-таки остаются СМИ, которые широко распространены среди всех слоев населения и более ярко демонстрируют успехи страны, чем строительство новых спортивных стадионов.

Стоит также отметить, что «дискурс» включает в себя как смысловой аспект, так и лингвистический. На прикладном уровне дискурс обозначает «письменное, речевое или образное проявление какого-либо объекта-явления, или коммуникации».<sup>xxxix</sup> Согласно одному из толкований, дискурс практически отождествлялся с понятием текста. Поэтому дискурс, в большей степени, рассматривался с лингвистической точки зрения. Согласно другому подходу, появившемуся несколько позже, дискурс понимался как «сложное коммуникативное явление, не только

включающее акт создания определенного текста, но и отражающее зависимость речевого произведения от значительного количества экстралингвистических факторов – знаний о мире, мнений, установок и конкретных целей говорящего как создателя текста».<sup>xi</sup> Сейчас большинство исследователей склоняются к последнему подходу. Так, Герасимов В.И. и Ильин М.В. в своей статье определяют дискурс как «сложное единство языковой формы, значения и действия, которое могло бы быть наилучшим образом охарактеризовано с помощью понятия коммуникативного события или коммуникативного акта». <sup>xli</sup>На данной точке зрения остановимся и мы.

По словам О. А. Толпыгиной, при применении интегративного подхода к определению понятия «политический дискурс» выделяются, вместе с другими аспектами, «политический аспект» и «прикладной уровень» дискурса. Политический аспект концентрирует внимание «на формировании, проявлении и воспроизводстве властных отношений в обществе». На прикладном уровне дискурс обозначает «письменное, речевое или образное проявление какого-либо объекта-явления, или коммуникации».<sup>xlii</sup> Поэтому мы можем говорить о том, что языковые инструменты и приемы, используемые в СМИ политической тематики, играют большую роль в достижении политическим дискурсом своей цели.

Одной из самых важных задач политического медиа-текста является пропаганда среди читателей или слушателей каких-либо идей, эмотивное воздействие на них, побуждение к политическим действиям. <sup>xliii</sup>Для этого в рамках политического медиа-текста активно используется экспрессивная и оценочная лексика. А. А. Щипицына также говорит об огромной сложности, даже невозможности, внедрения в политические СМИ «чуждого оценочности использования языка», потому что для достижения поставленной цели журналист сам выбирает героев своего материала, интерпретирует их слова, делает акцент на какой-либо один аспект выбранной темы. <sup>xliv</sup>

В спортивных СМИ, как мы убедимся в практической части исследования, также лексика направлена на достижение манипулятивной функции, функции эмонитивного воздействия на аудиторию, а, значит, можно говорить о наличии в них элементов политического дискурса и использовании его приёмов.

Следующим приёмом, используемым в политическом дискурсе для достижения целей, является контент-технология по приданию тексту определённой идеи. Идеи, приблизительно, сводятся к понятиям – «хорошо/плохо», «свои/чужие», «комическое/трагическое», «герой/антигерой», «истина/не истина». <sup>xlv</sup>Для этого также используется оценочная лексика.

Подобную ситуацию мы видим и в современных спортивных СМИ. В прессе и на телевидении мы можем встретить множество материалов, в которых заложена определённая идея – сильного государства, успехов во всех сферах жизни и т.д.

Как мы видим, большую роль для достижения целей в политических изданиях играет экспрессивная и оценочная лексика, поэтому А. А. Щипицына говорит о значительной роли прилагательных в текстах политического дискурса. Ведь прилагательные являются «одним из основных слоёв лексики, предназначенных для выражения оценки». <sup>xlvi</sup>

Перейдем к определению понятия «спорт». Сегодня мы можем говорить о том, что спорт становится помощником политики в реализации его главной функции – манипулятивной. А главным инструментом для осуществления такой цели – спортивная журналистика. По словам спортивного журналиста и редактора О. Д. Спасского, «популярность того или иного вида спорта во многом определяется и тем, как, насколько умно и интересно мы рассказываем о нем». <sup>xlvii</sup> Ведь для людей, не связанных профессионально со спортом, СМИ – единственный источник информации, особенно если человек лишен возможности посещать спортивные соревнования и мероприятия.

В своем учебном пособии «Спортивная журналистика» К. А. Алексеев и С. Н. Ильченко отмечают, что, наряду с другими многочисленными функциями спортивной журналистики, одной из важнейших является пропагандистская. Пропагандистская функция тесно связана и является следствием советского периода спортивной журналистики, когда газеты на своих страницах представляли идеи партии: пропагандировали коммунистические идеалы, рассказывали исключительно о положительных аспектах жизни советского общества. Подтверждению этих идей служили победы советских спортсменов на соревнованиях, которые отмечались в газетах как итог «сплоченности, взаимовыручки, стремления к общей цели – достойно защитить спортивную честь великой Родины».<sup>xlvi</sup>

Ещё одной функцией спортивной журналистики К. А. Алексеев и С. Н. Ильченко отмечают рекламную. Своими победами спортсмены рекламируют, в том числе, страну, которая их делегировала на соревнования. Спортивные СМИ активно способствуют такой «рекламной» деятельности. Не стоит забывать и о гедонической функции, которая заключается в создании «повышенного эмоционального тона».<sup>xlvi</sup> Таким образом, близко принимая спортивные успехи сборной, человек может легче поддаваться манипуляции со стороны политических элит, что ещё раз говорит о том, что спорт – удобная площадка для внедрения элементов и приемов политики, направленных на достижение её целей.

Можно с уверенностью сказать, что все приведенные выше функции спортивной журналистики, кроме гедонической, – это функции политики и политической журналистики. Поэтому мы можем говорить о том, что спорт отходит от своего первоначального определения. В федеральном законе «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» от 2007 года спорт обозначается как «сфера социально-культурной деятельности как совокупность видов спорта, сложившаяся в форме соревнований и специальной практики подготовки человека к ним».<sup>1</sup>

Конечно, сейчас мы можем с уверенностью сказать, что спорт – гораздо более широкое понятие, которое, как мы уже отмечали выше, тесно связано с другими сферами жизни. К. А. Алексеев и С. Н. Ильченко предлагают рассматривать спорт как «целый мир», который «отражает и воспроизводит весь спектр взаимоотношений человека с природой, с обществом, с другим человеком, с самим собой», который создает определенные ценности и мировоззренческие принципы». <sup>li</sup>

Стоит также отметить, что речь в нашей работе идет о спорте высших достижений – «части спорта, направленную на достижение спортсменами высоких спортивных результатов на официальных всероссийских спортивных соревнованиях и официальных международных спортивных соревнованиях». <sup>liii</sup> Именно данная разновидность спорта имеет широкое признание во всем мире и ярче всего служит, при освещении в СМИ, для достижения политических целей.

В данном параграфе мы дали определения понятиям «политический дискурс» и «спорт». Мы рассмотрели лингвистические средства выражения политического дискурса. На практике мы докажем, что подобные приемы используются сегодня и при создании в СМИ спортивного дискурса. Также мы пришли к выводу, что спорт и спортивные СМИ сегодня часто выполняют функции политики и политического дискурса, что мы ещё раз также рассмотрим и на практике.

### **1.3 Формирование спортивного имиджа страны с помощью спортивных СМИ**

В данном параграфе мы рассмотрим цели, ради которых элементы политического дискурса используются в спортивных СМИ. Для этого мы также обратимся к понятию спортивного имиджа страны.

Как уже отмечалось выше, основная цель использования элементов политического дискурса в спортивной СМИ – создание положительного

имиджа государства. Создание положительного имиджа позволяет развивать у людей чувство идентичности, причастности к судьбе своей страны.

Говоря о спортивной прессе, можно утверждать, что и она является средством освещения и методом достижения не только спортивных целей. «...про весьма значительную часть спортивной тематики в СМИ можно сказать: это не про спорт, это про англичан и шотландцев, про локальные и региональные идентичности, про столицы и сельскую местность, про классы, пол, расу и этничность». Такова основная идея статьи Н. Блейн и Р. Бойл, посвященной освещению спортивных событий спортивными СМИ Великобритании.

Спорт отражает культуру людей, так как популярным в стране является вид спорта, который соответствует менталитету людей. На страницах спортивных СМИ можно найти различные виды дискурсов, которые способствуют созданию у людей чувства причастности к успехам своей страны. «...в спортивных колонках газет мы находим такое проявление национального чувства, какое трудно представить себе в какой бы то ни было иной сфере жизни». <sup>liii</sup>

Таким образом, говоря о создании спортом положительного имиджа страны, мы говорим не только о спортивном имидже, но и об имидже всего государства в разных сферах жизни. В статье «Внешний имидж государства: спортивная составляющая» К. А. Алексеев отмечает сложность исследования и измерения спортивного имиджа государства по причине «тесной связи спорта с другими сферами общественной жизни – политикой, экономикой, культурой. Целый ряд явлений современного общества, которые, на первый взгляд, имеют прямое отношение к спорту, «в основе своей существуют на принципах другой, соседней сферы» или «относятся к «зоне влияния» общих имиджевых констант». <sup>liv</sup>

Чтобы понять, каким образом политический дискурс помогает спорту в построении имиджа страны, обратимся к основным компонентам,

которые участвуют в создании положительного спортивного имиджа страны, а значит и имиджа государства в других сферах жизни. За основу определения понятия «имидж» мы возьмем определение Е. В. Шмелевой, которая обозначает имидж как «общее представление (состоящее из набора убеждений и ощущений), которое складывается у человека от страны в целом». Если говорить об основных составляющих имиджа страны, то отдельное место в данном вопросе Е. В. Шмелева также отводит международным спортивным соревнованиям, удачные выступления на которых говорят об успехах страны не только в спорте, но и во всех остальных сферах жизни.<sup>lv</sup>

К. А. Алексеев выделяет пять компонентов, которые оказывают влияние на создание спортивного имиджа страны. Сюда относятся ценности, институты, акторы, продукты и инфраструктура.

Говоря о ценностях, мы сталкиваемся с определенной этической дилеммой. С одной стороны, принятие идеи «значимости победы над соперником в спорте как наивысшей ценности» помогает укреплению государственной идентичности и указывает на амбиции государства, которое уверено в своих силах. С другой стороны, выдвижение на первый план лозунга «Главное не победа, а участие» помогает в утверждении мирового единства и мировых ценностей и также способствует формированию положительного имиджа страны. Поэтому, если мы говорим о СМИ как о самом влиятельном инструменте создания положительного спортивного имиджа и внедрении в спорт политических идей, то здесь возникает сложность в нахождении компромисса между двумя этими важными идеями. Как мы рассмотрим это подробнее в практической части, в спортивных СМИ чаще присутствует идея победы нации и страны. Но нельзя совсем забывать об основных олимпийских лозунгах, в этом помогает принцип *fair play*, который направлен на достижение успеха в честной борьбе и уважению к противнику. Основы принципа отражаются и в спортивных СМИ.

Индикаторами компонента «ценности» выступают «стремление к победе и способы её достижения как отражение свойств национального характера», «верность и преданность своей команде», демонстрация толерантности и расовой терпимости, «психофизический образ спортсмена» - его доступность и простота в общении, принцип fair play.<sup>lvi</sup>

В спорте существует много примеров, когда спортсмены следуют отмеченным выше ценностям. Так, на Олимпийских играх в Ванкувере российские биатлонисты выиграли «бронзу» в мужской эстафете. «Бронзы» могло и не быть, на втором этапе Антон Шипулин резко сдал на финише и привез команде отставание от лидеров в 30 секунд. После гонки его коллеги по команде отметили общий вклад в победу всей команды и не осуждали неудачное выступление Шипулина. Как заявил Иван Черезов: «Нервное напряжение на Играх очень велико, и порой контроль над собой теряют даже такие опытные мастера, как Бьорндален. А Шипулин — молодой и пока неопытный спортсмен, поэтому неудивительно, что он не сумел справиться с нервами. ... Однако мы ни в коем случае ни в чем его не виним. Его вклад в общий успех не меньше, чем у остальных»<sup>lvii</sup>. Как мы видим, в этих словах подчеркивается единство всей российской команды, её взаимопомощь и нацеленность на достижение общей цели.

Ещё один важный компонент в формировании спортивного имиджа – институты – объединяет официально закрепленные нормы и положения, определяющие структуру финансирования, подчиненности и ответственности в сфере спорта, неформальное влияние на спорт государственных структур, экономическую независимость спорта, систему товарно-денежных отношений в сфере труда профессиональных спортсменов, участие страны в спортивной миграции.

Если говорить о последнем индикаторе – о спортивной миграции, то здесь возникает противоречие. С одной стороны, это говорить о высоком уровне профессионализма спортсменов и тренеров какой-либо страны. С другой – это говорит о невозможности страны обеспечить для них условия



работы. Поэтому очень важно для СМИ при нацеленности на формирование положительного имиджа страны преподнести данную ситуацию так, чтобы акцент был сделан на высоком уровне спортивной школы страны.<sup>lviii</sup>

Для России это актуальная проблема, так как большое количество тренеров работают с иностранными спортсменами. Особенно это свойственно фигурному катанию. Так, олимпийскими чемпионами в Ванкувере среди танцевальных пар стала канадская пара Танит Белбин и Бенджамин Агосто, тренерами которых являются россияне Наталья Линичук и Геннадий Карпоносов. После победы Бенджамин Агосто отметил работу российских тренеров: «Россияне нас многому учат. Они передают нам все свои знания, свою душу, своё сердце. Тренировки проходят очень интенсивно. Они стараются делать нас всё лучше и лучше. Без их помощи мы бы никогда не поднялись на те вершины, на которых находимся сейчас».<sup>lix</sup>

Следующий компонент, участвующий в создании спортивного имиджа страны - акторы – включает в себя самих спортсменов и команд, которые становятся знаковыми фигурами, федерации и другие различные общественные организации, участие страны в руководящих и технических органах международных спортивных организаций, спортивные специалисты, спортивные болельщики.<sup>lx</sup>

Многие спортсмены являются знаковыми фигурами в мировом спорте и получают широкое признание в своей стране. После серебра Евгения Плющенко в мужском одиночном катании российский теннисист Марат Сафин отметил: «Но все равно, я снимаю перед Плющенко шляпу. Три года не выступал, но смог вернуться — и выиграть серебряную медаль на Олимпийских играх. Женя — герой! Даже не представляю, как он смог заставить себя отказаться от всех радостей жизни, снова включиться в тяжелую каждодневную работу. Я так точно не смогу, и от меня таких подвигов не ждите»<sup>lxi</sup>. Эту же точку зрения разделили и российские

болельщики фигурного катания, которые преподнесли фигуристу золотую медаль с надписью: «Истинному победителю Евгению Плющенко за непревзойденное мастерство от российского народа».

Формирует спортивный имидж и инфраструктура, к которой мы относим географические и природные условия, спортивную материально-техническую базу, развитость системы спортивного сервиса, уровень развития спортивной науки и медицины, отлаженность функционирования системы массовых коммуникаций спорта.<sup>lxi</sup> Данный компонент также важен для создания имиджа всей страны, именно этому компоненту уделяют большое внимание руководители государства, когда говорят об основных направлениях инвестирования и развития.

Выступая на заседании Совета по развитию физической культуры и спорта по итогам выступления россиян на Олимпиаде в Ванкувере, Президент России Дмитрий Медведев отметил отсутствие в стране качественной материально-технической базы: «Многие спортсмены тренируются за рубежом. Да, сейчас ведется строительство федеральных и региональных центров по подготовке к зимним видам спорта. Но все это будет закончено в 2011-2012 годах». <sup>lxiii</sup> Часто подчеркивается активное развитие инфраструктуры в Сочи, где пройдут Олимпийские игры 2014 года. На Олимпиаде в Ванкувере побывали 160 сотрудников Оргкомитета "Сочи-2014", которые «внимательно знакомились с организацией Игр, учились и набирались опыта». <sup>lxiv</sup>

Последний и, пожалуй, самый важный для зрителей компонент, участвующий в создании спортивного имиджа страны, - продукты, к которым мы относим наличие спортивных брендов, спортивные успехи страны в прошлом, место страны в различных рейтингах и медальных зачетах, победа в конкурсах на проведение международных соревнований и, непосредственно, победы в крупнейших международных соревнованиях. <sup>lxv</sup>

Как мы уже отмечали выше, эти компоненты не всегда относятся к спортивной сфере и очень часто благоприятный спортивный имидж страны является символом благополучия страны во всех других сферах жизни и участвует в формировании общего международного имиджа страны. Поэтому спортивной сфере жизни уделяется большое внимание со стороны руководства страны, и, помимо развития спорта в стране, используются многочисленные инструменты для заострения внимания на положительных моментах и отвлечения от отрицательных. Главный помощник – спортивные СМИ, которые активно помогают руководству страны в этом вопросе. Таким образом, мы можем говорить о том, что политический дискурс становится неотъемлемым элементом современных спортивных СМИ.

Таким образом, в третьем параграфе мы пришли к выводу, что политический дискурс в спортивных СМИ используется для создания положительного имиджа страны, как спортивного имиджа, так и всего имиджа государства. Целью создания положительного имиджа страны является создание у людей чувства причастности и гордости за свою страну. Главный инструмент – спортивные СМИ. Таким образом, спорт и спортивные СМИ начинают выполнять функции политики.

В следующей главе, посвященной практическому исследованию нашего вопроса, мы непосредственно рассмотрим спортивные СМИ России и Великобритании и сравним, насколько политизирована пресса в двух государствах с глубокими спортивными традициями.

## **II. Средства выражения политического дискурса в спортивных СМИ России и Великобритании**

Во второй главе мы на практике рассмотрим то, как политический дискурс используется в спортивных СМИ России и спортивных рубриках британских СМИ. Также мы проанализируем то, какие средства выражения политического дискурса применяются и какие компоненты, участвующие в создании благоприятного спортивного имиджа страны, и насколько активно используются в спортивных СМИ двух стран. По результатам исследования мы сможем ответить на главный вопрос: насколько политизированы спортивные СМИ России и Великобритании. А также определить, в какой стране политика более активно вмешивается в спортивную жизнь страны.

### **2.1 Политического дискурса в спортивных СМИ России: средства выражения и цели использования**

В данном параграфе мы на практике исследуем то, насколько политизированы российские спортивные СМИ. Сначала мы рассмотрим лингвистические средства выражения политического дискурса, которые встречаются в материалах, посвященных спортивной тематике, а потом убедимся, что СМИ предпринимают попытку создать с помощью своих материалов положительный спортивный имидж страны.

Обратимся к одной из статей спортивного интернет-портала [sportbox.ru](http://sportbox.ru), в которой ясно видны многочисленные лингвистические приемы, используемые для создания политического дискурса. Статья под названием «Золотые наши» была написана после победы женской сборной

по биатлону в эстафете на Олимпиаде в Ванкувере. Наличие политического дискурса указывает на то, что материал выполняет не только функцию информирования аудитории о результатах соревнований.

В статье журналист целенаправленно выполняет манипулятивную функцию. Автор преследует цель создать у людей чувства единства и причастности к победе сборной России, когда они будут читать статью, при помощи создания положительного имиджа страны. Для этого автор эмоционально описывает победу, используя экспрессивную, яркую, лексику и выражения – приемы политического дискурса. В статье встречается много оценочной лексики.

*«Сколько бы новых Магдален не родила немецкая земля, сколько бы новых Хелен не произвела на свет Швеция и сколько бы новых Лив-Грет не появилось в Норвегии, Россия все равно может гордиться: у нас - сильнейшая в мире женская команда, и это дорогого стоит»<sup>lxvi</sup>.*

Местоимение «нас», обращение через название страны ко всему народу («Россия может гордиться») подчёркивает, что победа общая и каждый россиянин причастен к этой победе. Выражение «Сильнейшая в мире женская команда» даёт яркую оценку произошедшему, конечно, - в пользу России. Экспрессивная лексика направлена по отношению к другим странам, но она несколько гиперболизирована, что несколько занижает значимость других стран и повышает значимость России.

Помимо местоимения «нас», в статье встречается и другие местоимения, которые изображают целое через единое:

*«За день до гонки вопрос стоял так: мы или немки».*

*«И пара слов — о нас. Мы — это все, кто собрался на стадионе в Уистлере»<sup>lxvii</sup>.*

Очень часто встречаются в материале названия страны и её атрибутик.

*«Так за Россию на этой Олимпиаде еще не болели».*

*«Так много россиян и бело-сине-красных флагов видеть на биатлоне пока не приходилось»<sup>lxviii</sup>.*

Стоит отдельно сказать и об иронии, которая также используется как один из приёмов для достижения манипулятивной функции, направленной на создание идеи единства.

*«Зайцева — добивала соперниц. Издевательски заставив их на секунду поверить в реальность — нет, не победы, хотя бы борьбы за нее, чтобы затем в гордом одиночестве умчаться с огневого рубежа, оставляя Хенкель разбираться с мишенями и кошками, скребущими на душе»<sup>lxix</sup>.*

Ирония звучит ярко во всей фразе, но особенно выделяется наречие «издевательски», которое направлено на то, чтобы показать огромное превосходство России над Германией, которая даёт возможность лишь слегка приблизиться к ней, но не выиграть. Этот приём направлен на то, чтобы создать ощущение России как великой державы, которой можно гордиться и к которой хочется быть причастным. Стоит обратить внимание и на фразеологизм: «кошки, скребущие на душе», который ещё усиливает первую иронию.

*«...несколько часов спустя на своем чествовании в Немецком доме двукратная чемпионка Ванкувера-2010 объявила, что хочет дать шанс завоевать медали своим подругам по команде и от участия в эстафете добровольно отказывается. Оставалось только добавить: в пользу бедных»<sup>lxx</sup>.*

Ещё один пример иронии, которая направлена на то, чтобы возвысить положение России над другими странами. Такой эффект достигается с помощью ярких эпитетов, которые создают не самое лучшее представление других стран. Так, выражение «в пользу бедных» сразу же создаёт определённый яркий образ.

Ещё одним приёмом, используемым для создания в тексте идеи национальной идентичности, является создание в тексте определённых, более узких, идей. Об этом приёме мы также рассказывали в теоретической части. Этот приём, как и предыдущий, был привнесён в спортивные СМИ политическим дискурсом.

Так, в статье очень ясно звучит идея – «свои/чужие». Она прослеживается уже в названии и в подзаголовках материала. Название статьи – «Золотые наши» - сразу же несёт в текст идею всеобщей причастности к «своим» и даёт им характеристику, делая образ «своих» положительным. Подзаголовки – «третьи», «вторые», «первые» - отграничивают «своих» от «чужих» и также дают им короткие, но полные характеристики. Понятие «свои» представлено в статье и названием страны, под которым подразумеваются все люди, живущие в нашей стране: *«Россия всё равно может гордиться...»<sup>lxxi</sup>*

Стоит отдельно сказать ещё об одном приёме, пришедшем из политических СМИ и используемом в спортивных СМИ. Используется для создания в спортивном материале идеи экономического и политического превосходства России над другими странами, чтобы создать чувство гордости за достижения страны во всех сферах жизни. Разберёмся с особенностями этого приёма на конкретном примере:

*«Эстафета в биатлонной программе имеет особый статус, поскольку именно она, по сути, отражает положение дел в стране в этом виде спорта. Самородок можно отыскать где угодно. Иногда это действительно драгоценный камень, как Нойнер, а другой раз он на*

*поверку оказывается всего лишь яркой бижутерией, как Йонссон. При этом, далеко не каждая страна способна собрать действительно боеспособную четверку. Тем более такую, которая будет доминировать на мировой арене на протяжении двух олимпийских циклов подряд»<sup>lxxii</sup>.*

Здесь абзац начинается с описания важности эстафетных гонок, потом мы видим описание ситуации в других странах и конкретные фамилии, что несколько уводит от основного вопроса. Поэтому, когда мы встречаем в конце абзаца фразу «доминировать на мировой арене», мы не сразу понимаем, о каком же доминировании идёт речь. На подсознании остаётся ощущение, что речь идёт о превосходстве России во всех сферах жизни.

Такой приём, во многом, берёт начало из качества фантомности политического дискурса, т.е. использования слов с отвлечённым значением. Встречается здесь и некоторая расплывчатость смыслов, которая, не свойственна политическому дискурсу, но была использована в спортивных СМИ. Фантомность и смысловая неопределённость помогают через спортивные успехи создать ощущение успехов страны и в других сферах общественной жизни нашей страны.

Вместе с приёмом смысловой неопределённости, в статье использован и приём смысловой определённости, что является уже свойством политического дискурса. Как уже отмечалось выше, подзаголовки материала чётко разграничивают понятия «свои» и «чужие» и дают этим понятиям прямые характеристики.

Таким образом, получается, что в материале журналисту одновременно надо и заложить чёткие и понятные для других идеи, и использовать неопределённость смыслов, чтобы создать необходимые для достижения цели образы.



Использован в статье и приём цитирования. Журналист предоставляет цитаты иностранцев, которые дают положительную характеристику выступлению российской команды.

*«Кто-то болел, а кто-то - признал. Знаменитый немецкий биатлонист Свен Фишер, стоявший во время гонки рядом со мной, после второй стрельбы Зайцевой улыбнулся и по-русски произнес: «Молодцы!» А немецкий коллега, повидавший, наверное, Олимпиад десять, прокричал: «Русские выиграли заслуженно»<sup>lxxiii</sup>.*

Положительная характеристика сборной России со стороны иностранцев помогает ещё раз разграничить понятия «свои» и «чужие». Также она показывает, что даже иностранцы признают превосходство нашей страны, как в спорте, так и в других сферах жизни. Ведь характеристика: «Молодцы!» может быть воспринята читателями не только по отношению к спорту.<sup>lxxiv</sup>

Таким образом, мы видим, что лингвистические приемы политического дискурса активно встречаются в спортивных СМИ России. Далее мы рассмотрим отражение в СМИ всех компонентов, участвующих в создании спортивного имиджа страны, с которыми мы уже познакомились в теоретической части. Далее мы непосредственно рассмотрим то, какие компоненты создания положительного спортивного имиджа чаще всего используются в российских спортивных СМИ. И ещё раз обратим внимание на те лингвистические приемы политического дискурса, которые помогают СМИ в достижении подобных целей.

Первый компонент – ценности. После Олимпиады в Ванкувере биатлонист Максим Чудов, который провел свой не самый удачный сезон, резко отозвался о российских журналистах, которые не поддерживают спортсменов: «Такое возможно, наверное, только в России: если выиграл, ты герой, а никаких других мест, кроме первого, не существует. А стоит тебе оступиться и занять не очень высокое место, как тебя тут же

начинают поливать грязью. Причем порой складывается ощущение, что некоторые журналисты только и ждут, когда ты проиграешь. Да, в спринте я выступил неудачно, признаю. Но открываю газеты — и волосы встают дыбом! Пишут: «Чудов бросил бороться, перестал ехать!» Да вы что, ребята, я на Олимпийских играх, как я мог отказаться от борьбы! А за день до эстафеты залез в интернет и увидел в одном издании: «Чудов уже летит домой без медали!» Это просто уму непостижимо. Иностранцев их журналисты поддерживают в случае неудач, там не принято чуть что клеймить позором. А у нас это в порядке вещей». <sup>lxxv</sup> Обратимся к статьям из газеты «Советский спорт», чтобы ответить на вопрос, справедливы ли данные упреки и всегда ли российские журналисты не заботятся о создании положительного образа российского спортсмена.

Рассмотрим один из номеров, посвященный Олимпиаде. Главные темы номера – поражение хоккейной сборной от канадцев и победа биатлониста Евгения Устюгова. Таким образом, мы сможем проследить, как журналисты преподносят победу и поражения россиян. В статье, посвященной победе Евгения Устюгова журналист делает акцент на том, что спортсмен родился в Сибири и все его победы – отражение всех лучших черт сибиряков. *«Может, сравнение будет не вполне корректным, но именно стрелки-сибиряки спасли 69 лет назад Москву от врага. Неброские, устойчивые крепыши. С внутренним стержнем. Соль земли, дети природы».* <sup>lxxvi</sup> После подобного представления ещё сильнее идею подчеркивают приведенные слова спортсмена: *«Главное, что я чувствовал на старте: я иду биться. Иду не просто биться – до последнего».* <sup>lxxvii</sup> В статье мы видим как «стремление к победе и способы её достижения отражают свойства национального характера». <sup>lxxviii</sup> Сила воли и упорство сибиряков – распространенные стереотипы – ещё раз подчеркнуты в статье.

Если говорить о поражении хоккейной сборной России от канадцев, то здесь уже все не так однозначно. В номере представлено интервью двукратного олимпийского чемпиона по хоккею Алексея Касатонова, в котором он говорит о мощности канадской команды. *«Давайте честно признаемся: канадцы оказались на порядок сильнее. И надо это разбирать. Могли мы в этой команде выиграть у канадцев, будь даже готовыми на все сто процентов? Я думаю, нет»*<sup>lxxix</sup>. Также он делает акцент и на слабости российской команды: *«Канадцы вышли мобилизованными, настроенными на матч века, а нашим не хватило ни воли, ни характера»*.<sup>lxxx</sup> Журналист предпринимает легкую попытку опровергнуть сказанное словами: *«Удивительно, но как в четвертьфинале против Канады не может быть настрой, воли и характера?»*,<sup>lxxxі</sup> но основное внимание все-таки привлекают слова специалиста в области хоккея. Поэтому создается образ сборной, которая перестала бороться. Данную идею ещё больше усиливает опрос, проведенный на портале [www.sovsport.ru](http://www.sovsport.ru) и приведенный на одной из страниц газеты. Согласно этому опросу, 36 % людей считают, что в провале нашей хоккейной сборной виноваты игроки, которые не настроились на матч. И лишь 12 % считают, что *«это был не наш день»*.

В тоже время в этом номере размещены и пожелания и слова поддержки российских болельщиков хоккеистам. В рамках акции «Поддержи хоккейную сборную» портал [www.sovsport.ru](http://www.sovsport.ru) получил более трехсот откликов, некоторые из них и были размещены в газете. Почти у всех отзывов – одна идея: мы едины и в победе, и в поражении. *«Держитесь, ребята и знайте, что у вас есть болельщики, которые в любой ситуации поддерживают вас. Парни, мы с вами!»*<sup>lxxxii</sup>. Такие слова показывают, что болельщики едины, а, значит, едины и наши спортсмены и все русские. В начале статьи приведены слова президента ВХР Владислава Третьяка, который говорит о том, что в России *«есть дурная*

*привычка всех с грязью смешивать».*<sup>lxxxiii</sup> Поэтому данная статья выступает ещё и опровержением подобного стереотипа.

Таким образом, мы сталкиваемся с определенной попыткой создать положительный имидж страны, даже в случае поражения, но она имеет слабый успех. Стоит отметить и тот факт, что статьи о поражении хоккейной сборной расположены на первых страницах, в то время как статья о победе Евгения Устюгова – ближе к концу и занимает гораздо меньше места, чем предыдущая тема. Поэтому внимание заостряется именно на отрицательных моментах. Особенно на статье, в которой представлено интервью четырехкратного олимпийского чемпиона по плаванию Александра Попова. В интервью он резко отзывается о состоянии спорта в нашей стране. Фраза: «Мы сдаем бастионы без боя», вынесенная в заголовок и на обложку газеты сразу же создает отрицательный спортивный имидж России как страны, которая не предпринимает попытки улучшить жизнь в своей стране, как в спортивной сфере жизни, так и во всех остальных.

*«Наверное, в этом наша уникальность и есть. Ещё ничего не сделав, мы начинаем размазывать то, что у нас есть, по стенке тонким слоем».*<sup>lxxxiv</sup> Эти слова звучат так, как будто это единственная уникальность нашей страны и нет никаких положительных черт. Речь идет не о спортсменах, но образ спортсмена создается и с учетом образа федераций, болельщиков и других спортивных субъектов.

Перейдем к следующему компоненту формирования спортивного имиджа – к институтам. Если рассматривать систему товарно-денежных отношений в сфере труда профессиональных спортсменов, то здесь в нашей стране далеко не все проблемы решены и журналисты настоящее положение дел приукрасить не стараются. Так, после возвращения из Ванкувера, победители и призеры Олимпиады побывали на приеме у Президента России, где им были вручены государственные награды и где они говорили об основных проблемах спорта. Евгений Плющенко

рассказал Дмитрию Медведеву о том, что часто деньги, выделенные государством, не доходят до спортсменов. Журналисты «Советского спорта» взяли у спортсмена дополнительный комментарий по поводу его разговора с Президентом и разместили его в статье. *«Сегодня я сказал Президенту: «Дмитрий Анатольевич, всю сознательную жизнь я сам себе оплачиваю костюмы, тренера, хореографа, специалиста по ОФП, врачей» ... Президент понимает наши проблемы»*<sup>lxxxv</sup>.

Лучшую ситуацию после Олимпиады можно было наблюдать лишь в биатлоне. До прихода на пост Президента Союза биатлонистов России бизнесмена Михаила Прохорова газеты не раз писали о проблемах в организации тренировок и выплате зарплат биатлонистам. Как мы уже отмечали в теоретической части, сразу после прихода бизнесмена на новый пост биатлонист Максим Чудов отмечал: *«Гораздо важнее, что сейчас пришел человек, который имеет серьезный вес в политике и бизнесе. Уже это обстоятельство позволяет надеяться, что в нашем биатлоне произойдут изменения к лучшему»*.<sup>lxxxvi</sup>

После Олимпиады многие издания разместили комментарии спортсменов о хороших условиях работы для спортсменов. Так, в одной из статей информационного агентства РИА новости были приведены слова биатлониста Евгения Устюгова: *«Новое руководство федерации биатлона создало все условия для того, чтобы спортсмены думали только о спорте, а тренеры - о тренировочном процессе. Изменился менеджмент, созданы условия, чтобы завоевывать медали, биться до конца»*.<sup>lxxxvii</sup>

«Советский спорт» в одной из статей разместил интервью с Михаилом Прохоровым, где журналист ещё раз в своих вопросах делает акцент на том, что хорошие условия работы созданы. *«Михаил Дмитриевич, вы столько раз подчеркивали, что создали все необходимые условия для успешной работы», «Может быть, механизм нынешней сборной не приспособлен к работе в идеальных условиях...?»*<sup>lxxxviii</sup>

Создается ощущение, что в биатлоне ситуация почти идеальная, но не стоит забывать о том, что неспособность спорта быть прибыльным и экономически независимым от бизнеса играет в создании спортивного имиджа страны отрицательную роль. Газеты же, в том числе «Советский спорт», не скрывают участие бизнесменов в спорте. Те виды спорта, которые не поддерживаются бизнесменами, как показано в СМИ, переживают не лучшие времена.

Если вернуться к вопросу о спортивной миграции, к которому мы уже обращались в теоретической части, то, изучив статьи «Советского спорта», можно увидеть, что в них содержится жалость и разочарование, что русские спортсмены на Олимпиаде добыли медали для других стран, а не гордость за российскую школу. Хотя, как мы уже отмечали в теоретической части, повод для гордости можно найти. Достаточно разместить в газете слова канадских фигуристов, которые высоко отзываются о российской школе. Так, в одном из номеров газеты вышла статья под заголовком – «Бывший наш народ», где представлены следующие слова: *«Но все-таки невозможно представить, чтобы, например, американцы или немцы успешно выступали на зимней Олимпиаде за сборную другой страны...»*.<sup>lxxxix</sup> А в одной из статей журналист «Советского спорта» отметил, что *«серебряную награду Россия подарила Казахстану, командировав туда пять лет назад «бесперспективную» красноярскую спортсменку Елену Хрусталеву»*.<sup>xc</sup>

Стоит сказать несколько слов ещё об одном важном компоненте формирования спортивного имиджа страны – об акторах. В первую очередь, речь идет об отдельных спортсменах и о спортивных командах. Здесь мы можем наблюдать тенденцию, что в случае побед журналисты с радостью много раз описывают то, как добывалась победа, хвалят спортсменов. В случае же поражения редко заступаются за спортсменов, обвиняя их в проигрыше. Лишь иногда причину поражения ищут в обстоятельствах, в которых выступали спортсмены.

После победы в масс-старте биатлона Евгения Устюгова «Советский спорт» высоко оценил достижения спортсмена отметив, что *«масс-старт в мире большого биатлона считается самой престижной личной гонкой. Тут все – без дураков. Здесь не побеждают выскочки, однодневки»*.<sup>xcі</sup>

Во время же неудачной полосы в выступлениях наших биатлонистов журналисты редко объясняли неудачу акклиматизацией, плохой погодой или простой неудачей. Заголовки газет пестрили ироничными заголовками, например, - «наши пострелы везде опоздали. Пули российских биатлонисток пролетели мимо олимпийских целей». Или выражением недовольства выступлением и осуждением спортсменов: *«А чему радоваться нам? 21-е место у Ольги Медведцевой, 25-е – у Анны Богалий, 26-е – у Зайцевой и 56-е – у Романовой. Свои шансы мы попросту раздарили. Одни – три-четыре года назад в иные страны. Последние – вот теперь, на огневых рубежах»*.<sup>xcіі</sup> Здесь мы видим, что журналист скрыто говорит о том, что наши спортсмены не способны бороться за медали, в отличие от тех спортсменов, которые теперь выступают за другие страны.

Несколько другую ситуацию можно было наблюдать лишь иногда, например, после бронзовой медали в фигурном катании Оксаны Домнина и Максима Шабалина. Пара выступала как один из претендентов на золотую медаль, но довольствовалась лишь «бронзой». В статье, вышедшей после соревнования между танцевальными парами, акцент был сделан на травмах партнера, который, даже при сильной боли, смог откатать все программы: *«За мужество в Ванкувере Оксана Домнина и Максим Шабалин заслуживают награды повесомее бронзы»*, *«Но они на самом деле заслуживали ордена – за то, сколько положили на алтарь этой несостоявшейся победы»*.<sup>xcііі</sup>

Подобная ситуация наблюдалась и после серебряной медали фигуриста Евгения Плющенко, который не смог стать двукратным олимпийским чемпионом. Результат короткой программы журналисты

назвали «одним оборотом в прошлое», <sup>xсiv</sup>отметив, что «Американец Лайсачек и японец Такахашии получили те же баллы, что Евгений Плющенко, так и не прыгнув четверной прыжок». <sup>xсv</sup> Но в двух последних ситуациях речь идет не о поражении, а о завоевании медалей более низкого достоинства. Поэтому говорить о том, что журналисты всегда поддерживают спортсменов, мы не можем.

Очень редко в случае неудач поддерживают журналисты и наших тренеров. Так, в одном из номеров была напечатано интервью главного тренера сборной России по конькобежному спорту Николая Гудина, где он соглашается с тем, что приглашение к работе со сборной итальянского тренера, подготовившего к Олимпиаде серебряного и бронзового призера Игр Ивана Скобрева, - это признание того, что «российские специалисты ему уступают». <sup>xсvi</sup> По его словам, «это нормальный, естественный процесс — когда в конкретный момент времени один тренер успешнее другого. Четыре года назад лучшим тренером в мире по спринту был наш Владимир Филиппов, потому что его воспитанница Светлана Журова выиграла олимпийское золото. Теперь пришел черед других». <sup>xсvii</sup> Здесь мы видим, что тренеров мы ценим только по их окончательным результатам работы со спортсменами.

Не стоит забывать и о том, что о спортсмене обычно пишут тогда, когда он побеждает. Редко речь идет о спортсмене, который выиграл несколько лет назад или который пропагандирует какие-либо спортивные ценности.

Если говорить об инфраструктуре, то российские СМИ часто цитируют слова спортсменов и представителей федераций или собственноручно пишут о плохом уровне развития в нашей стране инфраструктуры, особенно если говорить о материально-технической базе. На Олимпийских играх в Ванкувере по этому вопросу было сделано много заявлений и напечатано много статей. В одном из номеров «Советского спорта» были представлены слова четырехкратного олимпийского



чемпиона по плаванию Александра Попова: *«Нужно обращать внимание на школы, детский спорт. Как я уже сказал, нам надо разработать новую систему. Старая советская была разрушена. Новая ещё не построена».*

<sup>xcviii</sup>На вопрос о том, надо ли вкладывать в спорт больше денег Александр Попов отвечает, что надо их просто *«использовать мудрее и более эффективно. Но больше денег не надо. Их у нас предостаточно».*<sup>xcix</sup>

В том же номере представлены слова двукратного олимпийского чемпиона по хоккею Алексея Касатонова, который говорит о том, что *«позарез необходимо строить катки и массовость развивать».*<sup>c</sup> Таким образом, в газете мы встречаем только критику состояния в России спортивной инфраструктуры. Совсем нет информации о тех небольших шагах, которые делаются для преодоления этой проблемы – о строительстве в некоторых городах и регионах новых катков и стадионов.

Немного изменилась ситуация с началом подготовки к проведению Олимпиады в Сочи. В газете начала появляться информация о ходе подготовки к Играм и, соответственно, развитию инфраструктуры. *«Вчера состоялась торжественная закладка фундамента будущего Олимпийского стадиона в Имеретинской долине, сообщает официальный сайт «Сочи-2014». Строительство стадиона завершится в 2013 году. ... Также вчера в Сочи открыли новый терминал Международного аэропорта. Благодаря этому пропускная способность аэропорта увеличилась с 900 до 1600 человек в час».*<sup>ci</sup> Освещение Олимпиады в Сочи – один из немногих случаев, когда мы видим реальные действия в области инфраструктуры и конкретные сроки окончания проектов.

Последний компонент, участвующий в формировании спортивного имиджа, - продукты. В первую очередь, он включает в себя победы страны на международной арене. Пожалуй, это одна из самых сильных сторон российского спорта, потому что, даже при определенных проблемах, Россия очень часто занимает в соревнованиях высокие места. Также это компонент, который активнее всего используется российскими СМИ. В

«Советском спорте» победам спортсменов и команд посвящено больше всего полос, журналисты, как уже отмечалось выше, очень эмоционально пишут о победах. После победы женской сборной России по биатлону в эстафете в газете появилась статья, которая заканчивалась словами: *«И только эхо их блестящей победы гуляет под сводами «Дома СБР», скатывается через открытые окна и двери в долину Уистлера и будит задремавшего после хоккея канадского обывателя: Россия гуляет!»<sup>cii</sup>*

При отсутствии побед большую роль для России играет её великое спортивное прошлое. Для формирования имиджа его активно используют и журналисты. После поражения нашей хоккейной сборной от сборной Канады в газете вышло интервью с Заслуженным тренером России Виктором Тихоновым. В статье ещё раз напомнили о том, что он трижды привел нашу сборную к золотым олимпийским медалям. Он рассказал о том, как добивались победы, какой сильной была команда Канады и раньше, когда россияне могли её побеждать. *«Так они и раньше так действовали! Вспомните, какие звезды на Кубке Канады выступали – Гретицки, Лемье, Мессье, Коффи. У них и тогда хватало выдающихся мастеров. Но куда пропали наши лидеры?»<sup>ciii</sup>* *«Но как они обыграли чехов, шведов, финнов? А после Олимпиады полкоманды сразу в НХЛ перебрались»<sup>civ</sup>* - такие слова помогают забыть о провалах и воспринимать Россию как страну с великим спортивным прошлым, а, значит, и настоящим.

Но если журналисты активно пишут о победах россиян, то на поражениях также заостряется большое внимание. В статьях часто звучит ирония. После неудачного выступления биатлонистов в индивидуальной гонке журналист «Советского спорта» в одной из статей на сайте «Советского спорта» написал: *«Что не понял или недоделал Антон Шипулин, честно говоря, даже узнавать не хотелось. Три штрафные минуты на первой же стрельбе... на Олимпиадах так не стреляют»<sup>cv</sup>*.

Мы видим, что российские спортивные СМИ нацелены на создание благоприятного спортивного имиджа нашей страны. Об этом говорит то, что они эмоционально пишут о победах российских спортсменов, о её великом спортивном прошлом, иногда поддерживают спортсменов в случае неудач. Конечно, не столь эффективно используются многие компоненты, которые наша страна при наличии ресурсов могла бы активно использовать.

Но можно говорить о том, что проведение Олимпиады в Сочи вынуждает делать акцент и на другие компоненты. Так, желание показать могущество страны через проведение хорошо организованной Олимпиады, вынуждает, как уже отмечалось выше, писать о развитии в регионе спортивной инфраструктуры. Это можно назвать положительной тенденцией.

Конечно, освещение побед позволяет быстрее сформировать положительный и более яркий образ страны, чем освещение строительства новых стадионов и ценностей, которые пропагандируют и которым следуют спортсмены. Но существует опасность, что спортивный имидж страны, созданный подобным образом, носит временный характер. Если заканчиваются победы, то кардинально меняется и некогда положительный имидж страны.

Таким образом, мы видим, что лингвистические приемы политического дискурса и акцент на многие компоненты создания спортивного имиджа страны активно используются в российских спортивных СМИ. Приближение Олимпиады в Сочи заставило СМИ даже во время Игр в Ванкувере писать об инфраструктуре и расширять число компонентов, участвующих в создании положительного спортивного имиджа России.

В следующем параграфе мы рассмотрим то, как спортивные события освещаются в английской прессе.

## 2.1 Формирование спортивного имиджа Великобритании с помощью британских спортивных СМИ

Как мы уже отмечали в теоретической главе, в Англии нет ежедневной общенациональной газеты. Основная причина в том, что «она бы не выжила, не выдержала конкуренции». <sup>cvi</sup>При этом огромной популярностью в последнее время стали пользоваться спортивные рубрики, под которые ежедневно отводится несколько полос. В данной главе мы найдем причину того, что спортивные рубрики становятся все более обширными и популярными, и придем к выводу, связано ли это с тем, что в материалах английских газет, посвященных спорту, есть политический дискурс и с тем, что они участвуют в построении спортивного имиджа страны.

Не вызывает сомнения то, что Англия, подобно России, рассматривает домашнюю Олимпиаду как возможность для построения положительного имиджа страны и активно использует для подобной цели СМИ. Так, на сайте популярной английской газеты «The Telegraph» отдельная рубрика спортивного раздела посвящена будущей Олимпиаде. Так, можно встретить материалы, посвященные победам английских спортсменов, которые будут выступать на домашних соревнованиях, статьи о том, как происходит подготовка и организация Олимпиады.

Материалы, которые посвящены победам, вселяют уверенность в то, что успех повторится и на играх. Но нельзя сказать, что они полны уверенности. Материал «Том Дэйли и Питер Вотерфилд выиграли золото в прыжках с десятиметрового трамплина на международном этапе серии ФИНА в Шеффилде» <sup>cvi</sup>посвящен победе британских прыгунов с трамплина на одном из этапов мировой серии ФИНА <sup>cvi</sup>. С помощью ярких эпитетов создается образ блестящей победы, что говорит о наличии в нем приемов лингвистического дискурса. Говорится о том, что британские спортсмены «победили китайский дуэт, который выигрывал у всех» <sup>cix</sup>.

Стоит отметить и то, что здесь мы видим противостояние Англии и Китая, которое заканчивается в пользу первой. Приводятся также слова одного из спортсменов-победителей, который говорит о том, что *«это их второй совместный международный старт, поэтому они ничего не ожидали»<sup>cx</sup>*. Такая цитата помогает ещё гиперболизировать победу, победу двух спортсменов, которые были дебютантами и уже смогли выиграть старт. Но есть в статье слова и о недостатках в выступлении спортсменов. Так, второй британский спортсмен сказал о том, что *«в двух прыжках, которые мы нормально исполнили, мы приземлились не очень хорошо, но сложность прыжка категории 4,5 спасла нас. Мы рады, что мы этим воспользовались»<sup>cxii</sup>*.<sup>cxii</sup> Говорится в материале и о том, что остальные соперники *«оступились»<sup>cxiii</sup>*, что немного умаляет достижение спортсменов.

Можно обратить внимание и на то, что в статье, подобной аналогичной российской статье, которую мы рассматривали в предыдущей главе, нет узких идей, например, идеи – «свои/чужие». Не видно яркой попытки создать у людей чувство причастности к этой победе. На протяжении всего материала спортсмены звучит официальное наименование спортсменов как представителей британской национальности, а не обращение «наши спортсмены».

Таким образом, мы видим, что в статье видны элементы политического дискурса, но они звучат не так откровенно как в российском материале. Здесь мы видим менее эмоциональную и более объективную картину событий и легкое недоумение от поражения сильных иностранных дуэтов и победы своих спортсменов.<sup>cxiii</sup>

Что касается материалов об организации Олимпиады, то в них ясно видна идея, что Олимпиада – событие, масштабное и важное для каждого англичанина. Так, в статье «Олимпийская попытка работать дома»<sup>cxiv</sup> говорится о том, что во время проведения Игр большинство работников Белого дома будут работать в своих квартирах. Такие меры приняты, для того чтобы во время Олимпиады можно было свободнее передвигаться по

городу. Правительство надеется, что таким образом они дадут пример другим организациям, чтобы они ввели такой же режим работы для сотрудников. Таким образом, Олимпиада показана как важное событие. Ради этого события меняется привычный уклад жизни, Олимпиада вынуждает людей помогать в проведении события, но это мероприятие стоит приложенных усилий. В материале нет ярких лингвистических приемов политического дискурса, но сама предложенная идея и выбор темы говорит о наличии его в данной статье<sup>cxv</sup>.

Но все-таки Великобритания, в отличие от России, первым условием положительного имиджа страны рассматривает не уровень организации, а будущие победы. Именно о них уже активно идет речь. Данный компонент и до этого широко освещался в СМИ, но в материалах, посвященных будущим домашним Играм, он занимает ещё большее, первоочередное значение. Приведенная выше статья «Том Дэйли и Питер Вотерфилд выиграли золото в прыжках с десятиметрового трамплина на международном этапе серии ФИНА в Шеффилде»<sup>cxvi</sup> - далеко не единственный материал, посвященный обсуждению возможных побед Великобритании на домашних Играх. Так, одна из статей прямо носит название «Лондон 2012: Великобритания может выиграть медали в бадминтоне, - говорит Раджив Юзев»<sup>cxvii</sup>. Речь идет о том, что британский спортсмен имеет прекрасные шансы на победу на ближайшей Олимпиаде. Материал не имеет информационного повода, что говорит о том, что он не выполняет непосредственно функцию информирования, а несет политическую функцию и, соответственно, политический дискурс. О будущем турнире речь идет лишь в конце материала.

Стоит снова отметить тот факт, что статья содержит более объективную оценку ситуации, чем статьи из российских спортивных изданий. Говорится о том, почему английские спортсмены могут одержать будущие победы, нет уверенности в том, что именно так и случится, признается сила китайских спортсменов.

Хотя на лингвистическом и идейном уровнях создается образ уверенной в себе и сильной страны. *«Непростым стал для сборной Англии по бадминтону, что они не преуспели в смешанном разряде»*<sup>схviii</sup> - в этих словах видны разочарование от несбывшихся ожиданий. *«Медаль – это то, о чем я точно должен думать, в противном случае нет смысла ехать туда»*<sup>схix</sup> - такая цитата пусть и не очень ярко, но показывает сильные качества английских спортсменов.

Статьи, которые относятся к тому периоду, когда проходили Олимпийские игры в Пекине в 2008 году, также посвящены будущей Олимпиаде. Так, после победы Кристин Охуруогу<sup>схx</sup> вышел материал *«Олимпийский Лондон сможет увидеть Кристин Охуруогу, соревнующейся с сестрой»*<sup>схxi</sup>, в котором речь шла о том, что на следующих Играх конкуренцию ей, возможно, составит младшая сестра. Стоит отметить данную статью и тем, что она содержит достаточно яркие образы. Приводится цитата Салли Ганнелл<sup>схxii</sup>, победительницы Олимпиады в Барселоне, которая говорит о том, что *«Охуруогу выросла в том районе Лондона, вся её семья живет там, она тренировалась там»*<sup>схxiii</sup>. Здесь речь идет о восточной части Лондона, которая будет перестроена к Олимпийским играм. И Christine Ohuruogu и её победа выглядят как символ будущей Олимпиады и будущих побед Англии. Говорится и о том, что *«нужны люди, которые возглавят Игры 2012 года»*.<sup>схxiv</sup> Так, мы видим, что возглавить Олимпиаду, стать её лицом, должен, в любом случае, английский спортсмен.

Один из материалов, созданных во время Олимпийских игр в Пекине, уже в заголовке указывает на будущие домашние Игры – *«В 2012 году Лондон будет ожидать от Великобритании победы»*<sup>схxv</sup>. В статье содержится рассуждение о том, какое давление испытывали китайские яхтсмены в связи с тем, что зрители ожидали от них медали. Статья была написана после победы китайской спортсменки, которая выиграла

«бронзу». Основная идея – смогут ли британские спортсмены также справиться с домашним волнением.

Таким образом, мы видим, что в британских спортивных СМИ акцент так же, как и в российских СМИ, сделан на будущую домашнюю Олимпиаду. Только в России основное внимание уделяется тому, чтобы подготовить к Играм достойную инфраструктуру и организовать мероприятие на достойном уровне. Это является важным компонентом построения положительного имиджа страны, хотя, как правило, российские СМИ не уделяют достаточного внимания открытию новых спортивных школ и построению стадионов.

В Великобритании огромное внимание уделяется тому, как выступают спортсмены на домашних Играх. Спортивные СМИ Великобритании предоставляют читателям достаточно радужную картину будущих успешных выступлений команды. Пресса активно создает ощущение того, что Англия, как сильное государство, претендует на медали почти во всех дисциплинах. Но, как уже отмечалось выше, СМИ рисуют достаточно объективные картины, отмечая, что спортсмены имеют некоторые трудности в том, чтобы достичь поставленных целей.

Если говорить непосредственно о компонентах, которые английские СМИ используют для формирования положительного спортивного имиджа, то здесь ситуация также несколько отличается от той ситуации, что мы наблюдали в российских СМИ.

Однако есть и сходства. Самое главное – использование своей богатой спортивной истории и своих богатых спортивных традиций, о которых часто упоминают СМИ. Так, после победы на Олимпиаде в Пекине англичанки Ребекки Адлингтон<sup>сxxvi</sup> в заплыве на 400 метров свободным стилем «The Telegraph» опубликовала на своем сайте статью Аниты Лонзброу<sup>сxxvii</sup> «Анита Лонзброу: мои слезы радости при виде побитого рекорда»<sup>сxxviii</sup>, которая в 1960 году выиграла «золото» Олимпиады в заплыве на 200 метров. В статье лишь несколько слов



говорится о победе Ребекки Адлингтон. Большая часть статьи посвящена именно прошлому успеху Аниты Лонзброу. Таким образом, основная тема статьи – преемственность богатых спортивных традиций Великобритании: победы были, есть сейчас и, конечно, будут и в будущем. *«Помимо факта, что она проплыла более 400 метров свободным стилем, а я проплыла 200 метров брассом, есть много общего».*<sup>сххix</sup>

Правда, заканчивается материал некоторым сожалением по поводу «старых добрых дней», когда спортсмены были истинными «спортсменами – любителями с вознаграждением не дороже 5 фунтов стерлингов<sup>сххх</sup>». Таким образом, мы видим, что здесь заканчивается использование компонента «ценности» для формирования положительного имиджа страны, так как речь идет о том, что сейчас спортсмены не всегда выступают только ради спорта и ради идеи. Хотя в тоже время в данных словах видно стремление англичан к соблюдению всех спортивных ценностей и негласных правил спортивных соревнований.

Что касается того, как издание пишет о победах и поражениях, то здесь можно снова наблюдать, что нет ярких лингвистических образов, ярких метафор и эпитетов, но сквозь статьи, несомненно, видны идеи, что Англия – сильное государство. Так, в материале «Жизнь Кристины Охуруогу никогда не будет прежней после выигранной олимпийской медали в беге на 400 метров»<sup>сххxi</sup>, посвященном победе британской спортсменки, говорится о том, что она уже восьмая в истории англичанка, которая *«завоевала титул в легкой атлетике»*<sup>сххxii</sup>. Здесь мы снова видим обращение к богатой английской спортивной истории. Победы Англии преподнесены как традиция, что ярко звучит в словах о том, что Кристина *«продолжила начинания английских победителей Олимпиады».*<sup>сххxiii</sup>

Автор статьи, двукратная олимпийская чемпионка Дениз Льюис<sup>сххxiv</sup>, говорит о том, что *«Кристина очень милая. Но глубоко внутри у нее есть стойкость и упорство, необходимое чтобы преуспеть».*<sup>сххxv</sup> С одной стороны, это говорит о силе духа англичан, но с другой стороны, здесь не

идет речь о том, что Кристин Охуруогу представляет лучшие качества англичан, как это было ясно видно в российских спортивных СМИ.

Стоит сказать и о том, что снова в материале представлена более объективная ситуация. Кристин Охуруогу выиграла. Но все же с некоторым осуждением продолжают говорить газеты о том, что два года назад она не пришла на допинг-контроль и не проинформировала об этом антидопинговый комитет. Так, целая статья «Символ Олимпиады 2012 в Лондоне: Кристин Охуруогу»<sup>сxxxvi</sup> посвящена обсуждению тому, может ли она быть лицом английской Олимпиаде после тех событий. И мнение по этому вопросу неоднозначное.

Таким образом, мы видим, что англичане не готовы при любых условиях говорить о своих спортсменах только хорошее. Они предпочитают предоставлять читателем более объективную картину событий. *«Своими действиями она показала властям, что она не заботится о важности допинг-контроля»*<sup>сxxxvii</sup> - такие слова говорят о том, что английские СМИ не стараются показать, что их спортсмены всегда следуют правилам и не боятся указать на их ошибки. Хотя здесь можно говорить и о том, что англичане очень сильно беспокоятся о благоприятном имидже своей страны и не готовы сделать официальным лицом человека, который нарушал правила. Таким образом, в материале показана честность английского спорта.

Очень редко победа описывается в более ярких и однозначных словах. Так, в статье «Олимпиада в Пекине: в успехе британской команды по велоспорту никто не сомневается»<sup>сxxxviii</sup>, которая посвящена удачному выступлению англичан на велодроме на протяжении всей Олимпиады, звучит идея безоговорочной победы англичан в данной дисциплине. Эта победа указывает на силу и могущество страны и в других сферах жизни. *«Итак, теперь мы знаем, как выглядит английская доминанта»*<sup>сxxxix</sup> - такое предложение не указывает однозначно на то, что англичане

господствуют в велосипедном спорте. Вырванное из контекста, оно показывает превосходство Великобритании по всем направлениям.

*«Самая восхитительное то, что победа никогда не была под сомнением»<sup>cxl</sup>, «Никто другой не подходит близко»<sup>cxli</sup>, «французы и австралийцы, старые мастера треков, оставлены позади»<sup>cxlii</sup>* - в этих словах эмоционально представлена яркая победа, что, как правило, не свойственно английским спортивным СМИ. А приведенные слова руководителя французской команды о том, что *«англичане – профессионалы, а все остальные – любители»*,<sup>cxliii</sup> указывают на индивидуальность и уникальность британской нации.

Подобные статьи редко встречаются в британских СМИ и только тогда, когда англичане на несколько позиций сильнее остальных соперников. Поэтому говорить об абсолютной субъективности материала, даже при его излишней эмоциональности, не приходится.

В материалах, посвященных поражению британских спортсменов, которые, вопреки ожиданиям, проиграли соревнования, содержится некоторая ирония. Так, в статье, рассказывающей о поражении Энди Мюррея<sup>cxliv</sup> уже на первых этапах соревнованиях в теннисе, сделан акцент на то, что теннисист проиграл далекому 77-му номеру рейтинга WTP. Поэтому *«винить спортсмен может только себя»<sup>cxlv</sup>*. Говорится также и о том, что Энди Мюррей, шестая ракетка мира, *«чувствовал себя не в своей тарелке»<sup>cxlvi</sup>*, и о том, что один из ударов он отправил *«за трамвайные пути»<sup>cxlvii</sup>*. Подобная ирония помогает придать статье некоторую легкость и уменьшить горечь от поражения. При прочтении статьи остается ощущение несерьезности поражения. Хотя победе в статьях английских СМИ очень часто придают определенный пафос.

В тоже время, как и в других статьях, здесь мы видим достаточно объективную картину происходящего. Нет очевидной попытки найти оправдание спортсмену за такое досадное поражение. Даже в заголовке журналисты не пытаются смягчить тот факт, что спортсмен на начальном

этапе покинул Игры. «Энди Мюррей с треском проиграл Олимпиаду»<sup>cxlviii</sup> – такой заловок сразу же предоставляет читателю объективную, не слишком положительную, картину происходящего.

Но нет и желания очень жестко выступить по поводу его слабой Игры. Говорится о том, что в некоторых ситуациях его соперник проявил себя хорошо, *«совершая удары с большей точностью и цельностью»*.<sup>cxlix</sup>

Таким образом, победа здесь преподносится как ожидаемое явление, но и поражение преподнесено как не слишком неожиданное. Стоит отметить и то, что поражение в статье становится не следствием каких-либо национальных черт, национальность спортсмена называется всего лишь дважды, а следствием некоторой несобранности Энди Мюррея, который упустил победу. Поэтому мы все же можем говорить об использовании в статье политического дискурса, в первую очередь – на идейном уровне.

Как уже отмечалось выше, британские спортивные СМИ уделяют внимание и такому компоненту создания положительного имиджа страны как ценности. Британцы предпочитают не связывать поражения со свойствами своего национального характера, в то время как они любят подчеркивать свою индивидуальность и неповторимость и даже в статьях, посвященных спорту, много говорят о культуре своей страны. Так, в статье «Олимпийские Игры в Лондоне будут соревноваться с волшебством Пекина 2008»<sup>cl</sup> говорится о том, что *«в Лондоне в 2012 году мы все сделаем по-своему, по-своему волшебным»*<sup>cli</sup>. *«Наша церемония открытия будет связана с долгой и богатой культурной и спортивной историей, которой мы гордимся»*<sup>clii</sup> – такие слова заставляют подумать о том, что англичане гордятся не только спортивными успехами страны, но и в целом своей страной, что они хорошо подготовят Игры именно потому, что они англичане. Данная статья – одна из немногих статей, которые пишут о будущей организации Игр, а не о перспективах хорошего выступления национальной команды. Снова идет обращение англичан к их богатой истории.

В материале, посвященном Лондонскому дому в Китае, «Олимпиада: Лондон встречает китайцев чаем и пирогами»<sup>cliii</sup>, снова говорится об оригинальности и самобытности английской культуры. Речь идет, в первую очередь, о визите китайской делегации. Приводятся слова одного из китайских представителей – *«Я удивлена, что люди едят руками. Я не думаю, что это признак прогрессивной нации»*<sup>cliv</sup>. С одной стороны, подобная цитата создает неблагоприятный образ страны. С другой стороны, здесь отсутствует попытка оправдать свою нацию. Это указывает на то, что китайские представители просто не понимают английскую культуру, которая для них необычна и которая замкнута в своем узком кругу. Англичане почти не подпускают к своей культуре другие нации. Много раз акцент делается на том, что китайцам почти ничего не известно о Великобритании.

В статье «Зак Перчейс и Марк Хантер выиграли олимпийское золото в гребле»<sup>clv</sup> ещё раз ярко звучит приверженность английских спортсменов к следованию всем спортивным ценностям. В статье приведены слова Mark Hunter после победы в гребле, где он говорит о том, что *«мечтал об этом дне с тех пор, как начал заниматься греблей. Национальный гимн, флаг – мечта стала явью»*.<sup>clvi</sup> В этих словах открыто звучит идея, что британские спортсмены выигрывают не ради личного успеха и достатка, а ради чести страны, которая занимает для них первоочередное значение.

Статья «Зак Перчейс и Марк Хантер выиграли олимпийское золото в гребле» – одна из немногих спортивных материалов английских СМИ, где несколько раз называется национальность спортсменов и где упоминается национальные символы страны<sup>clvii</sup>. Как правило, политический дискурс и его основные функции звучат в английских материалах более скрыто. Очень редко политический дискурс выражается в статьях на лингвистическом уровне. Подобное явление – скорее исключение из правила, но, вместе с этим, имеет место.

Так, в статье «Секрет - в одном из компонентов британской олимпийской команды по велоспорту»<sup>clviii</sup> также достаточно открыто звучит ценностный имиджевый компонент. Удачное выступление английских велогонщиков связывают с лучшими английскими качествами. Говоря о победе английского спортсмена, журналист отмечает, что он действовал «*собранно и агрессивно*»,<sup>clix</sup> что отличает всех спортсменов страны. Психология победителей была ещё раз заложена английским велогонщикам командным психологом. А именно – «ничто не принимать как само собой разумеющееся, концентрироваться только на том, чтобы выступить как можно лучше и меньше времени тратить на то, чтобы наблюдать за соперниками».<sup>clx</sup>

Таким образом, как мы видим, более ярко на лингвистическом уровне политический дискурс звучит в статьях, где используется для создания положительного спортивного имиджа страны ценностный компонент. Яркое представление ценностного компонента встречается даже чаще, чем эмоциональный рассказ о победе национальной команды.

Даже в предложениях, посвященных поражению спортсменов, говорится об их сильных чертах, которые отождествляются с лучшими чертами англичан. Так, в статье «Олимпиада в Пекине: британские атлеты показывают мир»,<sup>clxi</sup> посвященной анализу нескольких дней Олимпиады и выступлению на ней английской сборной, говорится о спортсменке, которая пришла в марафоне лишь на неожиданном 23 месте, но при этом «*сражалась и финишировала в слезах*», что показывает высокие амбиции и сильные качества спортсменки.

Также в статье «Олимпиада в Пекине: британские атлеты показывают мир» говорится и о двух блестящих для английской сборной днях, когда команда выиграла сразу 8 золотых медалей. Автор статьи приводит слова премьер-министра Великобритании Гордона Брауна<sup>clxii</sup>, который назвал такой итог «*беспрецедентным*»<sup>clxiii</sup>. Звучат и слова председателя Олимпийского комитета Великобритании о том, что «*это*

*величайшие дни в британской олимпийской истории»<sup>clxiv</sup>*. Подобные слова косвенно указывают на то, что Великобритания занимает высокий уровень в мире не только в спорте, но и во всех остальных сферах жизни. Большую роль в этом играет и руководство страны, при котором страна смогла достичь таких результатов.

*«Вся страна смотрела и была потрясена командой Великобритании»<sup>clxv</sup>* - такие слова премьер-министра помогают в создании благоприятного ценностного компонента спортивного имиджа страны. В них звучит заинтересованность страны в общем результате, в том, чтобы государство было самым сильным и успешным. Стоит обратить внимание и на то, что в словах Гордона Брауна не уточняется тот факт, что речь идет именно о спортивной команде, что заставляет думать о победе всей страны на всех уровнях.

Слова представителя Букингемского дворца о том, что даже *«королевская семья с огромным интересом следит за Олимпийскими Играми»<sup>clxvi</sup>* и о том, что *«каждый восхищен британским успехом»<sup>clxvii</sup>* ещё раз говорят о единстве британского народа, о единстве его ценностей и его традиций, как в спорте, так и в других сферах жизни.

Также в материале уделяется внимание и тому компоненту, который часто отходит на второй план в России, - инфраструктуре. Приведены слова министра спорта Великобритании Энди Бернем<sup>clxviii</sup>, который говорит о том, что *«велодром, построенный в Манчестере, помог Великобритании стать доминантной в спорте»<sup>clxix</sup>*. Такие слова показывают, что Англия осознает всю важность инфраструктуры для хорошего выступления и готова строить новые спортивные сооружения для своей нации и для её процветания.

Уделяется внимание инфраструктуре и, особенно, системе спортивного сервиса и в статье «Олимпиада в Пекине: в успехе британской команды по велоспорту никто не сомневается»,<sup>clxx</sup> где говорится о том, что успехам англичан в велосипедном спорте, во многом, если не в первую

очередь, способствовал *«труд техников, инженеров и специалистов в данном виде спорта»*.<sup>clxxi</sup>

Если говорить о компонентах, которые практически совсем не используются англичанами для построения положительного спортивного имиджа, то их не так много. Почти все компоненты используются британскими СМИ достаточно равномерно, хотя и не всегда представлены так ярко, как в нашей стране. Например, о победах не выходит очень ярких и эмоциональных статей, но победы не остаются без внимания, особенно в преддверии домашних Игр, и, конечно, помогают в создании общего имиджа страны. Совсем без внимания остается заслуга тренеров и руководителей спортивных союзов и федераций. И если заслуга последних, в представлении зрителей, как правило, не так важна, то за биографией и заслугами тренера болельщики следят и ценят их вклад в победу. Но британские СМИ очень редко упоминают имена тренеров и говорят об их вкладе в победу спортсмена. Все внимание уделяется самому спортсмену, его характеру, который является неотъемлемой чертой англичан, а также хорошо развитой инфраструктуре, системе спортивного сервиса. Даже большее внимание уделяется работе психологов.

Таким образом, в Англии политический дискурс так же, как и в России, не используется для построения положительного освещения всех компонентов, участвующих в построении спортивного имиджа страны, но в Великобритании количество таких компонентов намного меньше.

Подводя итог второму параграфу практической главы, мы можем говорить о том, что для освещения спортивных событий британские СМИ используют политический дискурс. Если сравнивать спортивные рубрики британских СМИ и российские спортивные издания, то мы видим, что при наличии общих моментов, есть и различия.

Британские издания предоставляют более объективную картину событий. Почти все компоненты, участвующие в создании спортивного имиджа страны, используются равномерно. Достаточно редко можно



встретить яркие лингвистические средства выражения политического дискурса и сильное восхищение победой английской сборной. Как правило, политический дискурс выражается в более скрытой манере, идея успеха и величия Англии читается между строк, а не открытым текстом. Но если победы предоставляются не как грандиозные события, то и поражения не выглядят такими болезненными и разочаровывающими. Часто они даже представлены с некоторой иронией. Политический дискурс, в большей степени, проявляется в выборе компонентов, которые участвуют в построении благоприятного имиджа страны, и тем, которым уделяется большее внимание.

Большое внимание уделяется таким компонентам, как ценности, следование всем спортивным принципам и нормам, и победы английской сборной. Особенно это стало проявляться при начале подготовки к домашней Олимпиаде и освещению её в спортивных СМИ. Сейчас издания активно обсуждают возможные перспективы английской сборной на будущих Играх и говорят о том, что страна желает побед и что спортсмены к ним активно готовятся. Уделяется внимание и инфраструктуре. Это именно те компоненты, которые не создают яркий образ успеха британской команды в спортивной сфере жизни, но те компоненты, которые в совокупности создают продуманный и осознанный имидж Великобритании как сильного и успешного государства.

Таким образом, мы видим, что английские спортивные СМИ содержат многочисленные элементы политического дискурса и участвуют в построении имиджа страны. Но звучит политический дискурс не так открыто, как в российских СМИ. При этом объективное изложение событий с немногочисленными лингвистическими приемами выражения политического дискурса, на наш взгляд, является для восприятия аудиторией более эффективным.



## Заключение

Подводя итог анализа политического дискурса в спортивных СМИ России и Великобритании можно сделать вывод, что все поставленные в начале работы задачи были последовательно выполнены и привели к достижению общей цели.

Нашей главной целью являлось исследование места политического дискурса в спортивных СМИ России и Великобритании. В ходе исследования мы сравнили то, насколько политизированы СМИ двух стран.

В теоретической главе исследования мы вывели понятия спорта и политического дискурса, доказали наличие взаимосвязи между этими понятиями, а также определили цель, ради которой спортивные СМИ используют политический дискурс. Дискурс мы обозначили как «коммуникативное событие, происходящее между говорящим и слушающим в процессе коммуникативного действия в определенном временном, пространственном и проч. контексте. Это коммуникативное действие может быть речевым, письменным, иметь вербальные и невербальные составляющие». <sup>clxxii</sup>

Под политическим дискурсом мы обозначили «дискурс целедостижения»<sup>clxxiii</sup>, один из видов статусно-ориентированного дискурса<sup>clxxiv</sup>. В центре политического дискурса и его анализа также стоит социальное действие<sup>clxxv</sup>.

Также в первой главе мы пришли к выводу, что политический дискурс появляется в спортивных СМИ тогда, когда общественно-политические издания не могут самостоятельно справиться со своими основными функциями. В первую очередь, речь идет о пропаганде среди читателей или слушателей каких-либо идей, эмотивном воздействии на них, побуждению к политическим действиям. <sup>clxxvi</sup> Таким образом, спорт и

спортивные СМИ отходят от своих первоначальных функций и начинают выполнять функции политики и общественно-политических изданий.

Главная цель использования политического дискурса в спортивных СМИ – создание положительного спортивного имиджа страны, что позволяет создавать благоприятный имидж страны и во всех остальных сферах жизни. Благоприятный имидж страны, в свою очередь, помогает государству формировать у людей чувство причастности к судьбе своей страны.

Во второй главе мы проанализировали спортивные СМИ России и спортивные рубрики общественно-политических изданий Великобритании. Мы обратились к лингвистическим средствам выражения политического дискурса, которые используют СМИ двух стран, а также проследили за тем, какие компоненты создания положительного спортивного имиджа чаще используются. Одним из наиболее часто употребляемых лингвистических средств является создание более узких идей, например, – «свои/чужие». Также для создания более ярких образов используются наименования национальных символов. Яркие лингвистические средства более свойственны российским спортивным СМИ, чем спортивным рубрикам британских изданий.

В результате практического исследования мы пришли к выводу, что СМИ обеих стран содержат элементы политического дискурса и освещают многие компоненты, необходимые для создания благоприятного образа государства – обращаются к богатой спортивной истории страны, пишут о победах. При этом мы выявили и ряд отличий.

Британские СМИ уделяют внимание большему спектру компонентов для создания благоприятного имиджа страны: уделяется внимание и победам, и ценностям, и инфраструктуре, и богатым историческим традициям и успехам британской спортивной команды. Большинство статей не содержат ярких лингвистических средств выражения, используемых в политическом дискурсе. Британские СМИ предпочитают

более скрытое выражение отношения журналиста к происходящему, что означает и более глубинное использование средств создания благоприятного имиджа страны. Очень редко встречается экспрессивная лексика и обозначение государственных символов страны.

Российские спортивные СМИ используют меньшее количество компонентов для создания положительного спортивного имиджа страны. Так, практически не уделяется внимание инфраструктуре. Но те компоненты, которые используются газетами и интернет - порталами нашей страны, представлены ярче и эмоциональней. Используется большое количество лингвистических средств выражения политического дискурса. Редко статьи содержат глубинный подтекст, как правило, основные идеи и средства их выражения находятся на поверхности. Много экспрессивной и оценочной лексики, наименования страны и её атрибутики.

На первый взгляд, создается ощущение, что британские СМИ менее политизированы, чем российские спортивные СМИ, и почти не содержат элементы политического дискурса. Но при более детальном рассмотрении можно увидеть, что спортивные СМИ двух государств используют разные средства выражения политического дискурса. Поэтому более скрытые средства британских СМИ заставляют думать о том, что СМИ этой страны лишены политического подтекста и, в гораздо меньшей степени, чем российские СМИ, участвуют в политической жизни страны.

Таким образом, сегодня спортивные СМИ России и Великобритании неизбежно политизированы. Основная разница заключается лишь в том, что в российских СМИ, в основном, используются эксплицитные средства для создания положительного спортивного имиджа, а в британских СМИ – имплицитные.

## Библиографический список литературы

1. Байчик А.В. Политическая стратегия транснациональных корпораций СМИ в процессе глобализации информационного пространства диссертация на соискание ученой степени кандидата политических наук / Санкт-Петербургский государственный университет. Санкт-Петербург, 2005
2. Бекуров Р.В. Информационно-аналитический аспект деятельности международных политических институтов в урегулировании локальных и региональных конфликтов диссертация на соискание ученой степени кандидата политических наук / Санкт-Петербургский государственный университет. Санкт-Петербург, 2000
3. Спасский О. Д. За кого болеют журналисты. М., 1986
4. Спортивная журналистика: учебное пособие. Ч.1/ К. А. Алексеев, С. Н. Ильченко. СПб, 2009.
5. Суник А. Б. Российский спорт и олимпийское движение на рубеже XIX – XX вв. М., 2004.
6. Блейн, Нейл. Спорт как жизнь: СМИ, спорт и культура / Н. Блейн, Р. Бойл. с. 464-475
7. Герасимов В.И., Ильин М.В. Политический дискурс-анализ//Политический дискурс: История и современные исследования: Сборник научных трудов /РАН ИНИОН. Отв. ред. и сост. Герасимов В.И., Ильин М.В. М., 2002. 184с.
8. Иванова С.В. Политический медиа-дискурс в фокусе лингвокультурологии // Политическая лингвистика. Екатеринбург, 2008. Вып. 1.
9. Ильин М.В. Политический дискурс как предмет анализа//Политическая наука. Политический дискурс: История и современные исследования. М., 2002. №3.
10. Никонов С.Б. Основные принципы освещения средствами массовой информации геополитических процессов Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 9. Филология. Востоковедение. Журналистика. 2010. № 2. С. 204-209.
11. Пиевская И.М. О типологии дискурса в рамках современной парадигмы языкознания// Территория науки. Воронеж, 2007. №1.
12. Толпыгина О.А. Дискурс и дискурс-анализ в политической науке// Политический дискурс: История и современные исследования: Сборник научных трудов /РАН ИНИОН. Отв. ред. и сост. Герасимов В.И., Ильин М.В. М., 2002. 184с.

13. Щипицына А. А. Соотношение дескриптивных и оценочных прилагательных в атрибутивной функции в политическом дискурсе британских газет // Вестник Башкирского университета. 2006. № 4. с. 94-96.

## 2. Источники

1. 22 героя – ванкуверца. // Советский спорт. 2010. №37-В.
2. А теперь – всем гулять! Как российские биатлонистки отметили победное окончание олимпийского турнира. // Советский спорт. 2010. №25.
3. Анализ рынка печатных СМИ спортивной тематики.// Новости СМИ. 2009. №21.
4. Бывший наш народ. // Советский спорт. 2010. №28.
5. В России полно талантливых юниоров! // Советский спорт. 2010. №28.
6. В Сочи заложили первый камень олимпийского стадиона. // Советский спорт. 2010. №140.
7. Вы - наши! // Советский спорт. 2010 г. №28.
8. Двоих на мостике мало! // Советский спорт. 2010. №28.
9. Контрольный выстрел. // Русский Newsweek. 2008. №45.
10. Мы сдаем бастионы без боя. // Советский спорт. 2010. №28.
11. Надо что-то делать! Пока руководство сборной бьется над извечным русским вопросом, медали разбирают конкуренты. // Советский спорт. 2010. №24.
12. Наши пострелы везде опоздали. Пули российских биатлонисток пролетели мимо олимпийских целей.// Советский спорт. 2010. №23.
13. Один оборот в прошлое. Американец Лайсачек и японец Такахаша получили те же баллы, что Евгений Плющенко, так и не прыгнув четверной прыжок. // Советский спорт. 2010. №22.
14. Орден третьей степени. // Советский спорт. 2010. №25-Д.
15. Я сделал паузу – и добил! // Советский спорт. 2010. №28.
16. Алексеев К. А. Внешний имидж государства: спортивная составляющая. //www.statebrand.ru
17. Дмитрий Медведев: Все эти годы Россия отставала от конкурентов. Медведев наградил победителей и призеров Олимпиады. //www.sportbox.ru
18. Дмитрий Чернышенко: «Около 160 сотрудников Оргкомитета "Сочи-2014» познакомились с организацией Игр в Ванкувере». //www.vancouver-2010.ru
19. Евгений Устюгов: «Я не шутил, что моя женитьба помогла росту результатов». //www.sports.ru
20. Кто виноват? Устюгов не дострелил, Круглов не добежал, Черезов недопонял – медалей нет. //www.sovsport.ru

21. Логутков А. Спортивная газета? Какая такая спортивная газета. [//www.news.bbc.co.uk](http://www.news.bbc.co.uk)
22. Максим Чудов: Только в России своих спортсменов поливают грязью. [//www.sportbox.ru](http://www.sportbox.ru)
23. Медведев наградил победителей и призеров Олимпиады. [//www.sportbox.ru](http://www.sportbox.ru)
24. Рейтинг российских миллиардеров 2009.// Финанс. [//www.gt.market.ru](http://www.gt.market.ru)
25. Рейтинг российских миллиардеров 2010.// Финанс. [//www.gt.market.ru](http://www.gt.market.ru)
26. Русские тренеры подняли американское фигурное катание на новые вершины. [//www.sportbox.ru](http://www.sportbox.ru)
27. Сафин считает Плющенко героем. [//www.sportbox.ru](http://www.sportbox.ru)
28. Симонов Д. Золотые наши. [//www.sportbox.ru](http://www.sportbox.ru)
29. Спорт в Великобритании. [//www.adelanta.info](http://www.adelanta.info)
30. Горкилдсен Д. Управление сферой досуга и отдыха в Великобритании. [//www.lib.sportedu.ru](http://www.lib.sportedu.ru)
31. У биатлонистов были все условия для борьбы за медали Игр – Устюгов. [//www.rian.ru](http://www.rian.ru)
32. Черезов не осуждает Шипулина. [//www.sportbox.ru](http://www.sportbox.ru)
33. Шмелева Е. В. Оценка имиджа России. [//www.statebrand.ru](http://www.statebrand.ru)
34. Andy Murray crashes out of Games. [//www.telegraph.co.uk](http://www.telegraph.co.uk)
35. Beijing Olympics: British athletes show the world. [//www.telegraph.co.uk](http://www.telegraph.co.uk)
36. Bingham J. London Olympics could see Christine Ohuruogo compete against sister. [//www.telegraph.co.uk](http://www.telegraph.co.uk)
37. Boardman C. Secret is in the detail for Britain's Olympic cycling team in Beijing. [//www.telegraph.co.uk](http://www.telegraph.co.uk)
38. Brook S. Daily Sport unveils £1m redesign. [//www.guardian.co.uk](http://www.guardian.co.uk)
39. Eimer D. Olympics: London courts Chinese with tea and pork pies. [www.telegraph.co.uk](http://www.telegraph.co.uk)
40. Gammell K. Zac Purchase and Mark Hunter win rowing Olympic gold. [//www.telegraph.co.uk](http://www.telegraph.co.uk)
41. Gilmour R. London 2012 Olympics: Britain can win badminton medals, says Rajiv Ouseph. [//www.telegraph.co.uk](http://www.telegraph.co.uk)
42. Jowell T. London 2012 Olympics will match the magic of Beijing 2008. [//www.telegraph.co.uk](http://www.telegraph.co.uk)
43. Lewis D. Christine Ohuruogu's life will never be the same after winning gold in the Olympic 400m. [//www.telegraph.co.uk](http://www.telegraph.co.uk)
44. Lonsbrough A. Anita Lonsbrough: My tears of joy at seeing record finally broken. [//www.telegraph.co.uk](http://www.telegraph.co.uk)
45. Millward D. Olympic effort to work from home. [//www.telegraph.co.uk](http://www.telegraph.co.uk)
46. Tom Daley and Peter Waterfield take gold in the 10 metre synchro at FINA World Series event in Sheffield. [//www.telegraph.co.uk](http://www.telegraph.co.uk)



47. Verroken M., Garside K. Face of London 2012 Olympics: Christine Ohuruogu. //www.telegraph.co.uk
48. White J. Beijing Olympics: British cycle team's triumph never in doubt. //www.telegraph.co.uk
- 8.1 Михаил Прохоров. //www.mdprokhorov.ru

- 
- <sup>i</sup> Ильин М.В. Политический дискурс как предмет анализа.
- <sup>ii</sup> Пиевская И.М. О типологии дискурса в рамках современной парадигмы языкознания.
- <sup>iii</sup> Блейн, Нейл. Спорт как жизнь: СМИ, спорт и культура.
- <sup>iv</sup> Спортивная журналистика: учебное пособие. Ч.1/ К. А. Алексеев, С. Н. Ильченко.
- <sup>v</sup> Шмелева Е. В. Оценка имиджа России.
- <sup>vi</sup> Спасский О. Д. За кого болеют журналисты.
- <sup>vii</sup> Торкилдсен Д. Управление сферой досуга и отдыха в Великобритании.
- <sup>viii</sup> Спортивная журналистика: учебное пособие. Ч.1/ К. А. Алексеев, С. Н. Ильченко. СПб, 2009. с. 13-20.
- <sup>ix</sup> Спорт в Великобритании. //www.adelanta.info
- <sup>x</sup> Торкилдсен Д. Управление сферой досуга и отдыха в Великобритании. //www.lib.sportedu.ru
- <sup>xi</sup> Логутков А. Спортивная газета? Какая такая спортивная газета. //www.news.bbc.co.uk
- <sup>xii</sup> Brook S. Daily Sport unveils £1m redesign. //www.guardian.co.uk
- <sup>xiii</sup> //www.news.bbc.co.uk Указ. соч
- <sup>xiv</sup> Логутков А. Спортивная газета? Какая такая спортивная газета. //www.news.bbc.co.uk
- <sup>xv</sup> //www.news.bbc.co.uk Указ. соч.
- <sup>xvi</sup> Спортивная журналистика: учебное пособие. Ч.1/ К. А. Алексеев, С. Н. Ильченко. СПб, 2009. с. 64-73.
- <sup>xvii</sup> Суник А. Б. Российский спорт и олимпийское движение на рубеже XIX – XX вв. М., 2004. с. 637.
- <sup>xviii</sup> Валиахметов А. К. Физкультурно-спортивная печать. // Большая советская энциклопедия. М., 1973.
- <sup>xix</sup> Спортивная журналистика: учебное пособие. Ч.1/ К. А. Алексеев, С. Н. Ильченко. СПб, 2009. с. 64-73.
- <sup>xx</sup> Валиахметов А. К. Физкультурно-спортивная печать. // Большая советская энциклопедия. М., 1973.
- <sup>xxi</sup> Анализ рынка печатных СМИ спортивной тематики.// Новости СМИ. 2009. №21.
- <sup>xxii</sup> Анализ рынка печатных СМИ спортивной тематики.// Новости СМИ. 2009. №21.

- xxiii Указ. соч.
- xxiv Рейтинг российских миллиардеров 2009.// Финанс. //www.gt.market.ru
- xxv Рейтинг российских миллиардеров 2010.// Финанс. //www.gt.market.ru
- xxvi Контрольный выстрел. // Русский Newsweek. 2008. №45
- xxvii Евгений Устюгов: «Я не шутил, что моя женитьба помогла росту результатов». //www.sports.ru
- xxviii Михаил Прохоров. //www.mdprokhorov.ru
- xxix Медведев наградил победителей и призеров Олимпиады. //www.sportbox.ru
- xxx Дмитрий Медведев: Все эти годы Россия отставала от конкурентов. Медведев наградил победителей и призеров Олимпиады. //www.sportbox.ru
- xxxi Толпыгина О.А. Дискурс и дискурс-анализ в политической науке// Политический дискурс: История и современные исследования: Сборник научных трудов /РАН ИНИОН. Отв. ред. и сост. Герасимов В.И., Ильин М.В. М., 2002. с. 78-19.
- xxxii Толпыгина О.А. Указ. соч.
- xxxiii Толпыгина О.А. Дискурс и дискурс-анализ в политической науке// Политический дискурс: История и современные исследования: Сборник научных трудов /РАН ИНИОН. Отв. ред. и сост. Герасимов В.И., Ильин М.В. М., 2002. с. 78-79.
- xxxiv Толпыгина О.А. Указ. соч.
- xxxv Пиевская И.М. О типологии дискурса в рамках современной парадигмы языкознания// Территория науки. Воронеж, 2007. №1. с. 109-111.
- xxxvi Толпыгина О.А. Дискурс и дискурс-анализ в политической науке// Политический дискурс: История и современные исследования: Сборник научных трудов /РАН ИНИОН. Отв. ред. и сост. Герасимов В.И., Ильин М.В. М., 2002. с. 78-79.
- xxxvii Ильин М.В. Политический дискурс как предмет анализа//Политическая наука. Политический дискурс: История и современные исследования. М., 2002. №3. с. 7-12.
- xxxviii Ильин М.В. Указ. соч.
- xxxix Толпыгина О.А. Дискурс и дискурс-анализ в политической науке// Политический дискурс: История и современные исследования: Сборник научных трудов /РАН ИНИОН. Отв. ред. и сост. Герасимов В.И., Ильин М.В. М., 2002. с. 78-79.
- xl Герасимов В.И., Ильин М.В. Политический дискурс-анализ//Политический дискурс: История и современные исследования: Сборник научных трудов /РАН ИНИОН. Отв. ред. и сост. Герасимов В.И., Ильин М.В. М., 2002. с. 68-69.
- xli Герасимов В.И., Ильин М.В. Указ. соч.
- xlii Толпыгина О.А. Дискурс и дискурс-анализ в политической науке// Политический дискурс: История и современные исследования: Сборник научных трудов /РАН ИНИОН. Отв. ред. и сост. Герасимов В.И., Ильин М.В. М., 2002. с. 78-79.
- xliiii Иванова С.В. Политический медиа-дискурс в фокусе лингвокультурологии // Политическая лингвистика. Екатеринбург, 2008. Вып. 1. с. 29-32.
- xliv Щипицына А. А. Соотношение дескриптивных и оценочных прилагательных в атрибутивной функции в политическом дискурсе британских газет // Вестник Башкирского университета. 2006. № 4. с. 94-96.
- xlv Иванова С.В. Политический медиа-дискурс в фокусе лингвокультурологии // Политическая лингвистика. Екатеринбург, 2008. Вып. 1. с. 29-32.
- xlvi Щипицына А. А. Указ. соч.
- xlvii Спасский О. Д. За кого болеют журналисты. М.,1986. с. 136.
- xlviii Спортивная журналистика: учебное пособие. Ч.1/ К. А. Алексеев, С. Н. Ильченко. СПб, 2009.
- xliv Указ. соч.
- <sup>1</sup>Федеральный закон «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» // Федеральный закон «О физической культуре и спорте в Российской Федерации». М, 2010.

- 
- li Спортивная журналистика: учебное пособие. Ч.1/ К. А. Алексеев, С. Н. Ильченко. – СПб, 2009.
- lii Федеральный закон «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» // Федеральный закон «О физической культуре и спорте в Российской Федерации». М, 2010
- liii Блейн, Нейл. Спорт как жизнь: СМИ, спорт и культура / Н. Блейн, Р. Бойл. с. 464-475
- liv Алексеев К. А. Внешний имидж государства: спортивная составляющая. //www.statebrand.ru
- lv Шмелева Е. В. Оценка имиджа России. //www.statebrand.ru
- lvi Алексеев К. А. Внешний имидж государства: спортивная составляющая. //www.statebrand.ru
- lvii Черезов не осуждает Шипулина. //www.sportbox.ru
- lviii Алексеев К. А. Внешний имидж государства: спортивная составляющая. //www.statebrand.ru
- lix Русские тренеры подняли американское фигурное катание на новые вершины. //www.sportbox.ru
- lx Алексеев К. А. Внешний имидж государства: спортивная составляющая. //www.statebrand.ru
- lxi Сафин считает Плющенко героем. //www.sportbox.ru
- lxii Алексеев К. А. Внешний имидж государства: спортивная составляющая. //www.statebrand.ru
- lxiii Дмитрий Медведев: Все эти годы Россия отставала от конкурентов. //www.sportbox.ru
- lxiv Дмитрий Чернышенко: «Около 160 сотрудников Оргкомитета "Сочи-2014» познакомились с организацией Игр в Ванкувере». //www.vancouver-2010.ru
- lxv Алексеев К. А. Внешний имидж государства: спортивная составляющая. //www.statebrand.ru
- lxvi Симонов Д. Золотые наши. //www.sportbox.ru
- lxvii Симонов Д. Золотые наши. //www.sportbox.ru
- lxviii Указ. соч.
- lxix Указ. соч.
- lxx Симонов Д. Золотые наши. //www.sportbox.ru
- lxxi Указ. соч.
- lxxii Симонов Д. Золотые наши. //www.sportbox.ru
- lxxiii Симонов Д. Золотые наши. //www.sportbox.ru
- lxxiv Указ. соч.
- lxxv Максим Чудов: Только в России своих спортсменов поливают грязью. //www.sportbox.ru
- lxxvi Я сделал паузу – и добил! // Советский спорт. 2010. №28.
- lxxvii Указ. соч.
- lxxviii Алексеев К. А. Внешний имидж государства: спортивная составляющая. //www.statebrand.ru
- lxxix Двоих на мостике мало! // Советский спорт. 2010. №28.
- lxxx Указ. соч.
- lxxxi Указ. соч.
- lxxxii Вы - наши! // Советский спорт. 2010. №28.
- lxxxiii Указ. соч.
- lxxxiv Мы сдаем бастионы без боя. // Советский спорт. 2010. №28.

- lxxxv 22 героя – ванкуверца. // Советский спорт. 2010. №37-В.
- lxxxvi Контрольный выстрел. // Русский Newsweek. 2008. №45.
- lxxxvii У биатлонистов были все условия для борьбы за медали Игр – Устюгов. //www.rian.ru
- lxxxviii Надо что-то делать! // Советский спорт. 2010. №24.
- lxxxix Бывший наш народ. // Советский спорт. 2010. №28.
- xc Наши пострелы везде опоздали. Пули российских биатлонисток пролетели мимо олимпийских целей. // Советский спорт. 2010. №23.
- xcі Я сделал паузу – и добил! // Советский спорт. 2010. №28.
- xcіі Наши пострелы везде опоздали. Пули российских биатлонисток пролетели мимо олимпийских целей. // Советский спорт. 2010. №23.
- xcііі Орден третьей степени. // Советский спорт. 2010. №25-Д.
- xcіv Один оборот в прошлое. Американец Лайсачек и японец Такахаша получили те же баллы, что Евгений Плющенко, так и не прыгнув четверной прыжок. // Советский спорт. 2010. №22.
- xcv Один оборот в прошлое. Американец Лайсачек и японец Такахаша получили те же баллы, что Евгений Плющенко, так и не прыгнув четверной прыжок. // Советский спорт. 2010. №22.
- xcvi В России полно талантливых юниоров! // Советский спорт. 2010. №28.
- xcvii Указ. соч.
- xcviii Мы сдаем бастионы без боя. // Советский спорт. 2010. №28.
- xcix Указ. соч.
- c Двоих на мостике мало! // Советский спорт. 2010. №28.
- cі В Сочи заложили первый камень олимпийского стадиона. // Советский спорт. 2010. №140.
- cіі А теперь – всем гулять! Как российские биатлонистки отметили победное окончание олимпийского турнира. // Советский спорт. 2010. №25.
- cііі С кем поедет в Сочи, надо думать сегодня. // Советский спорт. 2010. №28.
- cіv Указ. соч.
- cv Кто виноват? Устюгов не дострелил, Круглов не добежал, Черезов недопонял – медалей нет. //www.sovsport.ru
- cvі Логутков А. Спортивная газета? Какая такая спортивная газета. //www.news.bbc.co.uk
- cvіі Tom Daley and Peter Waterfield take gold in the 10 metre synchro at FINA World Series event in Sheffield. //www.telegraph.co.uk
- cvііі FINA
- cіx Указ. соч.
- cx Указ. соч.
- cxі Tom Daley and Peter Waterfield take gold in the 10 metre synchro at FINA World Series event in Sheffield. //www.telegraph.co.uk
- cxіі Указ. соч.
- cxііі Указ. соч.
- cxіv Millward D. Olympic effort to work from home. //www.telegraph.co.uk
- cxv Millward D. Olympic effort to work from home. //www.telegraph.co.uk
- cxvi Tom Daley and Peter Waterfield take gold in the 10 metre synchro at FINA World Series event in Sheffield. //www.telegraph.co.uk
- cxvіі Gilmour R. London 2012 Olympics: Britain can win badminton medals, says Rajiv Ouseph. //www.telegraph.co.uk
- cxvііі Gilmour R. London 2012 Olympics: Britain can win badminton medals, says Rajiv Ouseph. //www.telegraph.co.uk
- cxіx Указ. соч.

cxx Christine Ohuruogu

cxxi Bingham J. London Olympics could see Christine Ohuruogo compete against sister.

//www.telegraph.co.uk

cxxii Sally Gunnell

cxxiii Указ. соч.

cxxiv Указ. соч.

cxxv London 2012 will expect Britain to deliver. //www.telegraph.co.uk

cxxvi Rebecca Adlington

cxxvii Anita Lonsbrough

cxxviii Lonsbrough A. Anita Lonsbrough: My tears of joy at seeing record finally broken.

//www.telegraph.co.uk

cxxix Указ. соч.

cxxx Указ. соч.

cxxxi Lewis D. Christine Ohuruogu's life will never be the same after winning gold in the Olympic 400m. //www.telegraph.co.uk

cxxxii Указ. соч.

cxxxiii Указ. соч.

cxxxiv Denise Lewis

cxxxv Указ. соч.

cxxxvi Verroken M., Garside K. Face of London 2012 Olympics: Christine Ohuruogu.

//www.telegraph.co.uk

cxxxvii Verroken M., Garside K. Face of London 2012 Olympics: Christine Ohuruogu.

//www.telegraph.co.uk

cxxxviii White J. Beijing Olympics: British cycle team's triumph never in doubt.

//www.telegraph.co.uk

cxxxix Указ. соч.

cxl Указ. соч.

cxli Указ. соч.

cxlii Указ. соч.

cxliii White J. Beijing Olympics: British cycle team's triumph never in doubt.

//www.telegraph.co.uk

cxliv Andy Murray

cxlv Andy Murray crashes out of Games. //www.telegraph.co.uk

cxlvi Указ. соч.

cxlvii Указ. соч.

cxlviii Указ. соч.

cxlix Andy Murray crashes out of Games. //www.telegraph.co.uk

cl Jowell T. London 2012 Olympics will match the magic of Beijing 2008.

//www.telegraph.co.uk

cli Указ. соч.

clii Указ. соч.

cliii Eimer D. Olympics: London courts Chinese with tea and pork pies. //www.telegraph.co.uk

cliv Указ. соч.

clv Gammell K. Zac Purchase and Mark Hunter win rowing Olympic gold.

//www.telegraph.co.uk

clvi Указ. соч.

clvii Gammell K. Zac Purchase and Mark Hunter win rowing Olympic gold.

//www.telegraph.co.uk

clviii Boardman C. Secret is in the detail for Britain's Olympic cycling team in Beijing.

//www.telegraph.co.uk

clix Указ. соч.

- 
- clx Указ. соч.
- clxi Beijing Olympics: British athletes show the world. [www.telegraph.co.uk](http://www.telegraph.co.uk)
- clxii Gordon Brown
- clxiii Beijing Olympics: British athletes show the world. [//www.telegraph.co.uk](http://www.telegraph.co.uk)
- clxiv Указ. соч.
- clxv Указ. соч.
- clxvi Указ. соч.
- clxvii Beijing Olympics: British athletes show the world. [//www.telegraph.co.uk](http://www.telegraph.co.uk)
- clxviii Andy Burnham
- clxix Указ. соч.
- clxx White J. Beijing Olympics: British cycle team's triumph never in doubt.  
[//www.telegraph.co.uk](http://www.telegraph.co.uk)
- clxxi Указ. соч.
- clxxii Толпыгина О.А. Дискурс и дискурс-анализ в политической науке// Политический дискурс: История и современные исследования: Сборник научных трудов /РАН ИНИОН. Отв. ред. и сост. Герасимов В.И., Ильин М.В. М., 2002. с. 78-79.
- clxxiii Ильин М.В. Политический дискурс как предмет анализа//Политическая наука. Политический дискурс: История и современные исследования. М., №3, 2002. №3. с.7-12.
- clxxiv Пиевская И.М. О типологии дискурса в рамках современной парадигмы языкознания// Территория науки. Воронеж, №1, 2007. №1. с.109-111.
- clxxv Толпыгина О.А. Указ. соч.
- clxxvi Иванова С.В. Политический медиа-дискурс в фокусе лингвокультурологии // Политическая лингвистика. Екатеринбург, 2008. Вып. 1. с. 29-32.