

doi 10.21672/1818-4936-2021-77-1-085-088

**СТРАТЕГИЯ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ В РАМКАХ СУБЖАНРА АНГЛОЯЗЫЧНОГО  
ОЛИМПИЙСКОГО ДИСКУРСА «ПОРТРЕТНОЕ ИНТЕРВЬЮ-ОЧЕРК»**

*Торбик Елена Михайловна, кандидат филологических наук, доцент, Астраханский государственный университет, 414056, Россия, г. Астрахань, ул. Татищева, 20а, elena\_torbik@mail.ru*

Настоящая статья посвящена исследованию субжанра «портретное интервью-очерк», неизученного в рамках англоязычного олимпийского дискурса. Проанализированные материалы, опубликованные в рамках зимних Олимпийских игр 2018 года, взяты на официальном сайте олимпийской сборной США. Выявленные средства реализации стратегии самопрезентации, призванной сформировать у аудитории положительный образ спортсменов – членов Олимпийской сборной, который может быть положен в основу репрезентации образа страны в целом, проиллюстрированы на лексико-фразеологическом, морфологическом и семантическом уровнях. Проведённое исследование продемонстрировало отстранённость данного жанра от политики.

**Ключевые слова:** олимпийский дискурс, субжанр, портретное интервью-очерк, стратегия самопрезентации, речевая тактика

**THE STRATEGY OF SELF-PRESENTATION WITHIN THE SUBGENRE OF THE  
ENGLISH-LANGUAGE OLYMPIC DISCOURSE "PORTRAIT INTERVIEW-SKETCH"**

*Torbik Elena M., Candidate of Philological Sciences, Assistant Professor, Astrakhan State University, 414056, Russia, Astrakhan, 20a Tatishhev st., elena\_torbik@mail.ru*

The article is devoted to the study of the subgenre "portrait interview-sketch", which has not been studied within the English-language Olympic discourse. The analyzed materials were published on the official website of the US Olympic team during the 2018 Winter Olympics. The means of implementing a self-presentation strategy designed to create a positive image of athletes-members of the Olympic team, which can be used as the basis for representing the image of the country as a whole, are identified and illustrated at the lexical, phraseological, morphological and semantic levels. The current research has demonstrated the disengagement of this genre from politics.

**Keywords:** Olympic discourse, subgenre, portrait interview-sketch, strategy of self-presentation, speech tactics

Сейчас принято говорить о трансформациях разных сфер жизни общества вообще и индивидуума в частности, и, на наш взгляд, лишь профессиональный спорт, представляя собой социокультурный феномен с преобладанием национальных ценностей, был и остаётся яркой репрезентацией конкурентной борьбы стран. По мере усиления экономико-политической напряжённости в мире возрастает интерес лингвистов к исследованию того, как эта ситуация отражается на уровне языка.

Объектом данного исследования выбран олимпийский дискурс на том основании, что способы вербальной организации этого подвида спортивного дискурса максимально способствуют формированию и укреплению желаемого образа страны в отличие от вербализации собственно спортивного дискурса в рамках текущих региональных соревнований и даже чемпионатов и кубков мирового значения.

Олимпийский дискурс, по аналогии со спортивным, не существует обособленно и характеризуется слиянием с медиадискурсом [2, с. 50], подтверждением чему может послужить освещение олимпийских состязаний в СМИ, а именно телевидением, на радио, в газетах/журналах и сети Интернет. Возвращаясь к теме о трансформациях, можно наблюдать модификацию системы жанров медиадискурса в связи с появлением этого гибридного типа дискурса. К настоящему времени подробно изучены основные жанры медиадискурса, а именно жанр спортивного репортажа и его событийный, аналитический, познавательный-тематический типы и «репортаж-комментирование» (Н.Б. Попова, К.В. Снятков, П. Истрате, О.А. Панкратова, Е.Н. Александрова), жанр интервью и его субжанры (Н.В. Куницына, Т.Н. Колокольцева), в частности жанр «чат-интервью», появление которого продиктовано современными тенденциями в общении (Ю.В. Гуськова).

В настоящей статье наше внимание будет сфокусировано на неизученном в рамках спортивного и олимпийского дискурсов субжанре «портретное интервью-очерк». Интересно проследить, как реализуется стратегия самопрезентации в этом речевом жанре, поскольку именно формирование у аудитории некоего образа спортсмена, который (образ) и будет представлять собой частичную репрезентацию образа страны в целом, является коммуникативной целью исследуемого субжанра. В соответствии с этим создаваемый образ спортсмена должен быть исключительно положительным.

Кроме того, стратегия самопрезентации является одной из доминирующих стратегий субжанра «портретное интервью-очерк», особенностью которого в рамках олимпийского дискурса можно назвать исключительное отсутствие конфликтного коммуникативного поведения, так как интервьюер и интервьюируемый – единомышленники (в случае, если они резиденты одной страны), и, как следствие, направленность речевого поведения спортсмена не будет контрастировать с направленностью журналиста. Стратегия самопрезентации призвана руководить впечатлением, которое спортсмен стремится произвести на аудиторию.

Материалом настоящего исследования послужили англоязычные тексты портретных интервью-очерков, опубликованных на официальном сайте олимпийской сборной США в рамках зимних Олимпийских игр, которые проводились в уезде Пхёнчхан Южной Кореи в феврале 2018 года [5]. Нами рассмотрены только те интервью-очерки, которые были опубликованы до выступлений спортсменов на играх.

Интересным представляется наличие в исследуемом субжанре двусубъектной оценочной модальности суждений, предполагающей эксплицитного субъекта оценки, т.е. самого спортсмена, и имплицитного субъекта оценки, т.е. журналиста. Объектом оценки в обоих случаях могут являться достижения спортсмена, его навыки, спортсмен в целом. В представленных далее примерах оценка успешности спортсмена осуществляется журналистом.

*Greubel Poser has done well so far this season, winning three world cup medals and finishing the circuit ranked fourth.*

*So, Greubel Poser, 34, has been excellent for a long time.*

А в данных примерах, наоборот, оценка представлена самим спортсменом.

*I know I'm mentally strong.*

*Because I'm good at staying on my feet I just love going for the triple axel.*

Что касается непосредственно стратегии самопрезентации, то она реализуется посредством тактики персонализации, тактики подчеркивания качественных и количественных показателей, тактики ссылки на опыт, тактики дистанцирования.

Частотность использования тактики персонализации не высока, она представлена преимущественно в интервью-очерках спортсменов, которые занимаются командными видами спорта. Это объясняется тем, что тактика персонализации призвана создать образ команды как единого целого, каждый член которой стремится к достижению общей цели (как правило, без акцента на индивидуальные усилия).

*We've been training by doing a lot of longer distances in breaststroke.*

Одним из языковых средств реализации тактики персонализации является личное местоимение 1 л. мн.ч., как проиллюстрировано в примере выше, а также соответствующие местоимения *our/us*. Например,

*It's not affecting our training or making us nervous.*

Кроме того, используются лексические единицы со значением коллективности, общности – *pair, team, teammates, together, common*.

Тактика подчёркивания качественных и количественных показателей является наиболее употребимой в рамках стратегии самопрезентации, поскольку интервьюер, как и интервьюируемый, не может преподнести аудитории оценочные суждения, не основанные на фактах. В связи с этим иллюстрация достижений спортсмена – члена Олимпийской сборной составляет значительную часть текста и служит цели создания его исключительно положительного образа. Прежде всего, эта тактика, как правило, переплетается с тактикой ссылки на опыт, первая из которых реализуется на лексико-фразеологическом уровне, указывая то или иное место, которое удалось занять спортсмену на соревнованиях определённое количество раз, а вторая – на лексико-фразеологическом уровне, уточняя название спортивного мероприятия, в котором преуспел спортсмен, год его проведения, а также на морфологическом, указывая на действия в прошлом, на определённый результат.

*Gold-medal-winning run at the Olympic Winter Games Sochi 2014; since winning gold in Sochi; the list of my achievements – which include both an individual and team world championship gold; I have competed in three Olympics; at Torino in 2006 I was sixth; four*

*years later in Vancouver I was 11<sup>th</sup>; finishing seventh, eighth and ninth twice in world cup events.*

Тактика ссылки на опыт совместно с тактикой подчеркивания качественных и количественных показателей призваны настроить аудиторию на возможность успешного выступления спортсмена на играх, создать образ «конкурентоспособности» спортсмена, что, в свою очередь, является инструментом повышения имиджа страны (по крайней мере, временного).

Поскольку результаты спортивной деятельности спортсмена, предшествующие Олимпийским играм, не всегда могут быть охарактеризованы как стабильно высокие, они, скорее, волнообразные, эффективным средством актуализации тактики ссылки на опыт служит подчеркивание спортсменом прилагаемых усилий при подготовке к соревнованиям, работы и победы над собой.

*I've been practicing for months and months.*

*I've been focusing really hard on bringing in other elements to my runs... I've found a lot of joy in that recently and some success.*

Выбор говорящим использованного времени демонстрирует непрекращающуюся работу над оттачиванием собственных умений и навыков, которая приносит определенные результаты (вербализовано с помощью лексической единицы "success"), что создаёт впечатление о говорящем, как об ответственном человеке, упорно идущим в своей цели, т.е. к победе в играх. Оценочное прилагательное "hard" в представленном предложении выполняет функцию двойного подтверждения слов спортсмена.

Кроме того, вербализация тактики подчёркивания качественных и количественных показателей осуществляется с помощью приведения временных показателей личных достижений спортсмена, а также технических характеристик, специфичных для каждого вида спорта.

*With back-to-back 900s and a switch 900, in which I do two and a half rotations; 04 seconds behind; Strengthening both her left quad to balance the right/landing leg and her glute muscles has helped with jumping in general and the triple axel specifically.*

Тактика дистанцирования, также используемая для реализации стратегии самопрезентации, представляет собой оппозицию «наши – не наши» или «я / мы – он / она / они», где роль наших выполняет спортсмен, а не наших или чужих – соперник / соперники в данном виде спорта, не участвующие непосредственно в интервью, которые могут быть названы поименно, например,

*... with the emergence of young and creative skiers including Jake Mageau and ... Alex Hall.*

либо обобщённо, например,

*... beating all these people who were beating me consistently.*

Очевидно, что в Олимпийском дискурсе, в отличие, допустим, от политического, противопоставление соперников не всегда носит негативный характер. Это может быть связано с тем, что концепция профессионального спорта подразумевает совершенствование, развитие, воспитание внутренней силы спортсмена. Участие в соревнованиях, особенно, носящих мировой характер, это не только способ показать «себя», но и поучиться у лучших спортсменов, воспользоваться их опытом, вдохновиться их умениями и навыками.

*Watching those guys ski, I went up to Jake one day and was like, 'I love watching you ski.' He just oozes inspiration and creativity, and I struggle to find that sometimes. I think it's so inspiring...*

Соответственно, на семантическом уровне данная тактика реализуется посредством семантических клише различных видов [3, с. 203–204] – «Я хочу быть таким же, как он», вербализованное в высказывании выше, или «Теперь я лучше, чем он / она / они», вербализованное в предыдущем примере.

В целом, тактика дистанцирования может быть реализована на всех уровнях: «и в структуре отдельного высказывания, и в пределах внутритекстовой организации, в коммуникативной структуре дискурса» [1, с. 90].

Итак, проанализировав англоязычные тексты портретных интервью-очерков в рамках олимпийского дискурса на предмет выявления средств реализации стратегии самопрезентации, дающей возможность сформировать образ страны на основе образа спортсменов-членов Олимпийской сборной, поскольку, по мнению И. Новиковой, «спорт является специфической психологической репрезентацией нации» [4], приятно было обнаружить максимальную отстраненность интервьюеров и интервьюируемых от политики в отличие от других жанров спортивного медиадискурса. Языковые маркеры стратегии были выявлены преимущественно на лексическо-фразеологическом,

морфологическом и семантическом уровнях. Перспективным представляется сравнение средств вербализации стратегии самопрезентации в изучаемом субжанре до и после участия в Олимпийских играх.

#### Список литературы

1. Захарова Е. П. Коммуникативная категория чуждости и её роль в организации речевого общения / Е. П. Захарова // Вопросы стилистики. – Саратов, 1998. – Вып. 27. – С. 87–94.
2. Зильберт А. Б. Спортивный дискурс: базовые понятия и категории; исследовательские задачи / А. Б. Зильберт, Б. А. Зильберт // Язык, сознание, коммуникация. – М., 2001. – Вып. 17. – С. 46–55.
3. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. – М., 2012. – 304 с.
4. Новикова И. T/RUS не играет в хоккей, или Как сжечь флаг, когда кончились памятники? / И. Новикова. – Режим доступа: [www.nlo.magazine.ru/dog/gent/main42.html](http://www.nlo.magazine.ru/dog/gent/main42.html), свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.
5. Team USA. – Режим доступа: [www.TeamUSA.org](http://www.TeamUSA.org), свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. англ.

#### References

1. Zakharova E. P. Kommunikativnaya kategoriya chuzhdosti i eyo rol' v organizacii rechevogo obshheniya // Voprosy` stilistiki. Saratov, 1998, № 27, pp. 87–94.
2. Zil'bert A. B., Zil'bert B. A. Sportivny`j diskurs: bazovy`e ponyatiya i kategorii; issledovatel'skie zadachi // Yazy`k, soznanie, kommunikaciya. M., 2001, № 17, pp. 46–55.
3. Issers O. S. Kommunikativny`e strategii i taktiki russkoj rechi. M., 2012. 304 p.
4. Novikova I. T/RUS ne igraet v hokkej, ili Kak szhech` flag, kogda konchilis` pamyatniki? Available at: [www.nlo.magazine.ru/dog/gent/main42.html](http://www.nlo.magazine.ru/dog/gent/main42.html).
5. Team USA. Available at: [www.TeamUSA.org](http://www.TeamUSA.org).

doi 10.21672/1818-4936-2021-77-1-088-094

#### ЧАСТОТНОСТЬ И СООТНОШЕНИЕ МАРКЕРОВ ТЕМПОРАЛЬНОСТИ В АРХИТЕКТОНИКЕ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА ЭЛЛЕН БАРРИ (НА МАТЕРИАЛЕ “THE NEW YORK TIMES”)

*Трофимова Наталия Алексеевна, аспирант, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, 308015, Россия, г. Белгород, ул. Победы, 85, [translator@mail.ru](mailto:translator@mail.ru)*

Данная статья посвящена исследованию частотности и корреляции хронем в публицистическом дискурсе Эллен Барри. Обоснована важность привлечения данных лингвокогнитивистики, лингвокультурологии, психолингвистики, социолингвистики и других смежных дисциплин с целью изучения взаимосвязи категории гендера и дискурса в современной лингвистической науке. Подробно описывается алгоритм языкового моделирования репрезентации в публицистическом дискурсе реалий современного мира. Осуществлен обзор гендерных различий восприятия времени. Рассмотрены исследования использования хронем в художественном дискурсе в работах Е.А. Огневой, Ю.А. Кузьминых, Е.И. Гужвы, Е.И. Бузиновой, Д.А. Копцевой, И.А. Даниленко, а также в публицистическом дискурсе в работах автора данной статьи (Н.А. Трофимовой). Обоснована необходимость корреляции когнитивно-герменевтического метода изучения маркеров темпоральности и когнитивного моделирования. В результате применения когнитивно-герменевтического метода в статьях Эллен Барри выявлены различные маркеры темпоральности. Посредством количественного метода исследования хронем установлена специфика их репрезентации в публицистическом дискурсе Эллен Барри. Выявлено соотношение словарного объёма статей журналистки и количества используемых хронем на материале газеты “The New York Times”. Сделан вывод о частичном соотношении словарного объёма проанализированных статей и концентрации маркеров темпоральности невербальной коммуникации.

**Ключевые слова:** публицистический дискурс, гендер, The New York Times, хронема, Эллен Барри