

2. Вацлавик, П. Прагматика человеческих коммуникаций: Изучение партернов, патологий и парадоксов взаимодействия / Пер. с англ. А. Суворовой. – М.: Апрель-Пресс, Изд-во ЭКСМО Пресс, 2000. – 320 с.

3. Нестерюк Ю.В. Стратегические программы коммуникантов в персональном немецкоязычном интервью: Монография. – Самара: «Инсома-пресс», 2017. – 218 с.

4. Фрейд З. Психология бессознательного. – СПб: Питер, 2002. – 400 с.

5. Geramanis O. Mini-Handbuch Gruppendynamik. – Weinheim – Basel: Beltz Verlag, 2017. – 276 S.

6. Wunderlich D. Studien zur Sprechakttheorie. – Frankfurtam-Main: Suhrkamp, 1976. – 417 S.

Источники

1. Rudi Völler. Ausraster nach dem Islandspiel // <https://www.youtube.com/watch?v=BHZJfFeMLkk>

J. V. Nesteriuk (Russland, Samara)

ZUR STRUKTUR KOMMUNIKATIVEN HANDELNS IM DEUTSCHSPRACHIGEN PERSÖNLICHEN INTERVIEW: DAS EISBERGMODELL

*Kommunikative Interaktion im persönlichen Interview kann mithilfe des s.g. Eisbergmodells dargestellt werden. Im Artikel geht es darum, wie und wodurch kommunikative Partner*innen diesen „Eisberg“ aus dem Gleichgewicht bringen können.*

Stichwörter: kommunikative Interaktion, kommunikative Strategien und Taktiken, Eisbergmodell, persönliches Interview, Deutsch.

УДК 81'42

К.В. Пантеева (Россия, Саратов)

ИЗМЕНЕНИЯ В ЖАНРОВЫМ ПРОСТРАНСТВЕ ОКОЛОЯДЕРНОЙ ЗОНЫ СПОРТИВНОГО МЕДИАДИСКУРСА

Данная статья посвящена изменениям, происходящим в жанрах околоядерной зоны спортивного медиадискурса: дается краткая харак-

теристика таких жанров, как спортивная аналитическая статья, спортивный обзор, спортивное интервью и спортивная пресс-конференция. Помимо этого, в статье приводится описание относительно нового жанра спортивного медиадискурса – спортивного превью.

Ключевые слова: спортивный медиадискурс, спортивная аналитическая статья, спортивный обзор, спортивное интервью, спортивная пресс-конференция, спортивное превью.

Спортивный медиадискурс, как разновидность спортивного дискурса, реализуемого через СМИ, характеризуется довольно гибкой жанровой системой. Вероятно, это связано с принципиальной изменчивостью медиасферы: необходимость массмедийного пространства адаптироваться к потребностям общества наложила отпечаток на всю жанровую систему медиадискурсов, и спортивный медиадискурс – не исключение. Цель данного исследования – проанализировать те изменения в жанровом пространстве спортивного медиадискурса, которые затронули его околоядерную зону. В рамках этой работы мы не рассматриваем ядерные жанры спортивного медиадискурса, спортивный комментарий и спортивную новость, поскольку ядерная зона любого дискурса априори устойчивее и менее подвержена глобальным изменениям. Система жанров околоядерной зоны, напротив, довольно подвижна. Так, одни речевые жанры могут терять популярность, а другие, наоборот, становятся более частотными [Дускаева 2003; Добросклонская 2014]. Возможно и появление новых жанров [Горшко, Полякова 2014].

Жанр спортивной аналитической статьи, например, становится все менее востребованным: в связи с быстрорастущей ролью спорта в индустрии досуга и развлечений важность аналитики резко снижается [Ким 2005]. В таких видах спорта, как фигурное катание жанр спортивной аналитической статьи постепенно уступил место околоаналитическим заметкам, записям блогов, постам в Инстаграме и других соцсетях, причем автор иногда остается анонимным. Специалисты фигурного катания (профессиональные спортсмены и тренеры), которые, казалось бы, могут выступать авторами серьезных спортивных аналитических статей, предпочитают писать заметки в Инстаграме или Твиттере. Степень глуби-

ны анализа в подобных случаях, как правило, невелика, и такие тексты, скорее, ближе жанру сплетни, а не аналитическим жанрам журналистики. В некоторых видах спорта (футбол, хоккей, баскетбол), несомненно, данный жанр по-прежнему широко представлен, но общая тенденция такова, что аналитический компонент уступает развлекательному.

Жанр спортивного обзора – речевого жанра, целью которого является изучение особенностей публикаций в различных изданиях СМИ, подведение итогов какого-то спортивного события благодаря анализу ряда публикаций, также претерпевает некоторые изменения. Так, в советское время обзоры СМИ играли важную роль в обществе, что было связано с расширением круга газетной продукции и желанием разобраться в этом многообразии [Омуралиева 2014]. Данный жанр также использовался для того, чтобы воздействовать на политику некоторых изданий СМИ. В настоящее время спортивные обзоры относительно менее востребованы: функция воздействия на другие издания не так актуальна, как в советское время [Тертычный 1998; Касаткин 2013]. Кроме того, стремление массовой аудитории познакомиться с репертуаром различных мнений, представленных в разных СМИ также невелико. Как следствие, жанр спортивного обзора среди узких специалистов и преданных поклонников определенного вида спорта по-прежнему популярен, но назвать его широко распространённым жанром спортивного дискурса довольно сложно.

Спортивное интервью и спортивная пресс-конференция представляются смежными жанрами [Киуру 2012; Новикова 2018; Caldwell et al. 2017], поскольку в обоих жанрах коммуникация строится по принципу вопрос – ответ. Принципиальным отличием между этими речевыми жанрами является количество участников коммуникации. Так, для жанра спортивного интервью характерно наличие одного интервьюера и одного или нескольких спортсменов или тренеров, отвечающих на задаваемые вопросы (количество интервьюированных зависит от вида спорта и конкретного типа соревнований). На спортивной пресс-конференции количество участников выше, чем во время интервью: на спортивной пресс-конференции всегда присутствуют представители различных ме-

дийных изданий, хотя вопросы могут задаваться как одному спортсмену, так и группе спортсменов или тренерскому штабу. Спортивная пресс-конференция – событие более высокого ранга, чем спортивное интервью: если интервью могут взять у любого члена сборной или команды на соревновании местного или международного значения, то спортивная пресс-конференция должна быть посвящена важному событию в мире спорта, и спортсмен или тренер, дающий пресс-конференцию, несомненно чем-то должен отличаться. Тенденция постепенного снижения степени аналитичности в некоторых жанрах спортивного медиадискурса по причине усиления развлекательного компонента проявилась и в жанрах спортивного интервью и спортивной пресс-конференции. Так, несмотря на то, что теоретически спортивное интервью и спортивная пресс-конференция принадлежат сфере спортивного медиадискурса (институционального типа дискурса), данные жанры перенимают все больше черт персонального дискурса [Самегон 2001], что, возможно, связано с тем, что спортсмены или тренеры часто выступают не просто как представители института спорта, но как личности. Для того, чтобы сделать интервью или пресс-конференцию более интересной для телезрителей или читателей, журналисты могут задавать вопросы, связанные не столько со спортом, сколько с личной жизнью спортсмена, его взаимоотношениями с тренерами и соперниками, возможными слухами и спекуляциями.

В связи с тем, что такие типичные жанры спортивного медиадискурса, как спортивная аналитическая статья или спортивный обзор, например, довольно слабо представлены в некоторых видах спорта, а жанры спортивного интервью и спортивной пресс-конференции, также традиционно относящиеся к спортивному медиадискурсу, постепенно утрачивают черты институциональности, мы полагаем, что будет интересно рассмотреть относительно новый спортивный медиажанр – жанр спортивного интервью.

До недавнего времени жанр спортивного интервью не выделялся в отдельный жанр, хотя, вероятно, тексты, обладающие некоторыми характеристиками данного речевого жанра, существовали и

ранее. Вследствие своей «молодости», жанр спортивного превью – один из наименее изученных жанров спортивного медиадискурса.

Этот термин зародился в англоязычной среде: слово «превью» происходит от англ. *preview* – «предпросмотр». Спортивное превью, как правило, представляет собой письменный текст, анонсирующий некое спортивное событие и предлагающий информацию об участниках соревнования. Объем спортивного превью может варьироваться от нескольких абзацев до нескольких страниц. Как следует из самого названия, основная коммуникативная цель спортивного превью – проинформировать читателей о грядущем спортивном соревновании, познакомить со списком участников и оценить их шансы на призовые места. Таким образом, функции информирования, анализа и оценивания выходят на передний план. Другой важной функцией спортивного превью, не типичной для других жанров спортивного медиадискурса, является «рекламирование» грядущего соревнования. Тексты спортивных превью составляются таким образом, чтобы не просто проинформировать читателей о планируемом соревновании, но привлечь большую телевизионную аудиторию и продать больше билетов на соревнование.

Именно поэтому в жанре спортивного превью фактор адресата гораздо важнее фактора автора: автор спортивного превью в большинстве случаев анонимен, тогда как текст явно ориентирован на потенциального зрителя или телезрителя. Так, тексты превью отличаются красочностью и эмоциональностью для того, чтобы заинтересовать как можно больше болельщиков. Наиболее типичный прием в жанре спортивного превью – подчеркнуть значимость соревнования, «звездный» состав участников, ожидаемый «накал страстей».

Для спортивного превью, как и для других основных жанров спортивного медиадискурса, характерно наличие одной макротемы. Данные особенности, в свою очередь, отразились на композиции спортивного превью: первый обязательный блок включает название, время и место будущего соревнования, а далее следует перечисление заявленных спортсменов / команд / сборных (начиная с самых титулованных), их спортивных достижений и шансов

на победу. Перечисление спортивных достижений и оценивание шансов на победу, как отмечалось выше, являются неотъемлемым атрибутом спортивного превью, поскольку это основной рычаг воздействия на массовую аудиторию.

Как мы видим, жанры околоядерной зоны спортивного медиадискурса претерпели некоторые изменения, что, прежде всего, отражается в снижении степени аналитичности традиционно аналитических медиажанров и в возрастании роли «развлекательного» компонента. Стремление привлечь внимание публики также привело к возникновению нового жанра – спортивного превью, цель которого – «прорекламировать» грядущее спортивное событие.

В данной статье рассмотрены лишь некоторые жанры околоядерной зоны спортивного медиадискурса, тогда как другие спортивные медиажанры и их эволюция представляют несомненный интерес для будущих исследований.

Библиографический список

1. Горошко Е. И., Полякова Т. Л. Политический твиттинг как новый жанр интернет-коммуникации // Вопросы психолингвистики. 2014. Вып. 19. – С. 92 – 104.
2. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: вчера, сегодня, завтра // Актуальные проблемы современной лингвистики и медиакритики в России и за рубежом: Междунар. научный семинар: сб. науч. работ. – Белгород, 2014. – С. 8–17.
3. Дускаева Л. Р. Языково-стилистические изменения в современных СМИ // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М. Н. Кожинной. М.: Флинта: Наука, 2003 [Электронный ресурс]. Режимдоступа: <http://enc-dic.com/stylistic/Jazkovo-stilisticheskie-izmenenija-v-sovremennh-smi-165.html> (дата доступа: 09.07.2020)
4. Жаркова У. А. К проблеме интердискурсивности типа текста «спортивный анонс» (на материале немецкоязычных текстов) // Вестник НВГУ, 2014. Вып. 14. – С. 21 – 29.
5. Касаткин С. С. Особенности работы СМИ в советский и постсоветский периоды // Вестник РГГУ. 2013. Вып. 2. – С. 67 – 73.
6. Ким М. Н. Новостная журналистика. СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2005. – 352 с.

7. Киуру К. В. Типология информационных поводов в спортивной журналистике // Вестник Челябинского гос. ун-та. 2012. Вып. 5. – С. 88 – 91.

8. Новикова Е. А. Лингво-когнитивные аспекты спортивного интервью (на материале англоязычной прессы) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов.: Грамота, 2018. Вып. 5 (83), ч. 2. – С. 366 – 370.

9. Омуралиева А. И. Жанры аналитической публицистики // Вестник Калмыцкого университета, 2014. Вып. 3. – С. 76 – 80.

10. Тертычный А. А. Аналитическая журналистика: познавательнопсихологический подход. – М.: «Гендальф», 1998. – 254 с.

11. Caldwell D., Walsh J., Vine E. W. & Jureidini J. (eds.), The discourse of sport: Analyses from social linguistics. London: Routledge, 2017. 240 p.

12. Cameron D. Working with spoken discourse. London: Sage, 2001. 216 p.

K.V. Panteeva (Russia, Saratov)

GENRE CHANGES IN THE NEAR CORE ZONE OF SPORTS MEDIA DISCOURSE

The article deals with the changes in some genres of the near core zone of sports media discourse. Such genres as the sports analytics article, sports review, sports interview and sports press conference are analysed. Besides, the article gives much comment on a relatively new genre of sports media discourse as sports preview.

Key words: *sports media discourse, sports analytics article, sports review, sports interview, sports press conference, sports preview.*

УДК 811.111(075)

Т.В. Толстова (Россия, Самара)

СЛИЯНИЕ ПИСЬМЕННОГО И УСТНОГО ДИСКУРСА В ТЕКСТАХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ФОРУМОВ НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

В статье с помощью методов и инструментов корпусной лингвистики выявляются признаки письменного и устного дискурса в текстах профессиональных интернет-форумов из области геоинформационных