

ОЛИМПИАДА-2014 КАК ТЕМАТИЧЕСКАЯ ДОМИНАНТА  
СОЧИНСКИХ СМИ ПЕРИОДА 2005–2010 гг.  
В АСПЕКТЕ РЕГИОНАЛЬНОГО КОМПОНЕНТА  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ БУДУЩЕГО СПЕЦИАЛИСТА

ПЕРМЯКОВА Н. И.

OLYMPIC GAMES 2014 AS SOCHI  
MASS-MEDIA THEMATIC DOMINANT  
OF 2005-2010 IN FUTURE EXPERT  
VOCATIONAL TRAINING REGIONAL  
COMPONENT ASPECT

PERMYAKOVA N. I.

The article examines Sochi Olympics eventful concept coverage in regional mass-media discourse as a long-term newsbreak, media concept, having effect on public linguistic consciousness state and functioning in terms of sociocultural innovation as a thematic dominant from future expert vocational training position.

С позиций профессиональной подготовки будущего специалиста рассматривается специфика представления событийного концепта «Олимпиада в Сочи» в региональном дискурсе средств массовой информации (СМИ) в качестве долговременного информационного повода, медиаконцепта, влияющего на состояние и функционирование общественного языкового сознания в условиях социокультурной инновации в качестве тематической доминанты.

Keywords: expert vocational training, public linguistic consciousness, socio-cultural innovation, regional mass-media discourse.

Ключевые слова: профессиональная подготовка специалиста, общественное языковое сознание, социокультурная инновация, дискурс региональных СМИ.

УДК 80. 81

Тот факт, что Сочи объявлен местом проведения Зимней Олимпиады 2014 года, означает не только признание высочайших достижений России в области спорта, но и подтверждение огромных потенциальных возможностей данного региона в туристско-рекреационной сфере. При реализации программы развития Сочи как столицы будущей Олимпиады одной из важнейших проблем является оптимизация профессиональной подготовки квалифицированных кадров. Знание региональных особенностей в аспекте лингвориторического подхода [1], в частности установление принципов и закономерностей функционирования общественного сознания, исследование стратегии и тактики СМИ в формировании общественного мнения в рамках социокультурной инновации с позиций концепции непрерывного лингвориторического образования [2–4], – необходимая составляющая профессиональных компетенций представителей «коммуникативных профессий».

Материалы проводимого нами исследования дискурса региональных СМИ в условиях социокультурной инновации способствуют адекватному становлению совокупной региональной языковой личности в качестве гостеприимного хозяина уникального по своим природным ресурсам города-курорта федерального значения, получившего статус олимпийского города. Важно при этом учитывать, что Сочинский регион является многонациональным, поликультурным, поликонфессиональным и в миниатюре отражает в себе различные аспекты и проблемы языковой ситуации Южного федерального округа в целом [5, 6]. Тема «Разработка теоретико-методологических проблем исследования состояния и функционирования общественного языкового сознания в условиях социокультурной инновации (на примере дискурсивной ситуации Большого Сочи после присвоения олимпийского статуса)» актуальна для преподавания вузовских курсов теории языка, социолингвистики, психолингвистики, стилистики, методик лингвистического исследования, риторики, русского

языка и культуры речи, основ журналистского мастерства и др. Результаты исследования могут быть использованы в спецкурсах и спецсеминарах, реализующих региональный компонент высшего профессионального образования, для студентов как филологических, так и других специальностей: «Социокультурный сервис и туризм», «Туризм», «Связи с общественностью», экономических и др., а также в факультативных курсах в рамках регионоведения в старших классах образовательных учреждений г. Сочи.

В теоретической области необходимо вооружить студентов любых специальностей целостным представлением о дискурсе как центральном, системообразующем феномене социокультурной коммуникации, и прежде всего о дискурсе СМИ. Дискурс в общем виде – одно из наиболее сложных и менее всего поддающихся четкому определению понятий современных гуманитарных исследований. Н.Д. Арутюнова определяет его как «связный текст в совокупности с экстралингвистическими – прагматическими, социокультурными, психологическими и др. факторами; ... речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие...» [7].

Применительно к дискурсу СМИ необходимо констатировать, что Зимнюю Олимпиаду-2014, несомненно, следует считать не просто информационным поводом, а **долговременным информационным поводом**. Олимпиада-2014 как долговременный информационный повод является **тематической доминантой** сочинских СМИ с 2005 г. по настоящее время. По результатам проведенного анализа обширного корпуса контекстов региональных СМИ названного периода мы представляем студентам следующую динамику олимпийской проблематики как отражение стратегии и тактики СМИ в условиях социокультурной инновации, актуальной для государства в целом, для его престижа на мировой арене. Ниже в примерах, извлеченных из СМИ, выделены *лексемы с положительными или отрицательными коннотациями*, демонстрирующие различные стороны событийного концепта «Олимпиада в Сочи», актуализируемые дискурсом СМИ и внедряемые в сознание региональной языковой личности реципиента – потребителя СМИ. В процессе ознакомления с подобным эмпирическим материалом будущий специалист усваивает различные аспекты эмоционально-

экспрессивной и информационно-содержательной представленности концепта «Олимпиада в Сочи» как долговременного информационного повода, доминанты дискурса региональных СМИ, призванных «продвигать» инновационный проект и воздействовать в данном направлении на общественное языковое сознание.

Прежде всего, необходимо констатировать, что большая часть публикаций в период 2005–2007 года, до конкурсной победы Сочи в качестве столицы Олимпийских игр 2014 года носит в основном нейтральный характер или проникнута скептицизмом. Например:

*Зачем Сочи нужна Зимняя Олимпиада?*

*26 июля на Олимпийском собрании России **единогласно** было принято решение о выдвижении Сочи на право проведения XXII Зимних Олимпийских игр 2014 года. Официальная заявка в МОК отправлена 27 июля. Делегаты с **необычайной легкостью** согласились с тем, что вложить **6 миллиардов долларов** в развитие морского городка-курорта, бюджет которого составляет **6 миллиардов рублей – плевое дело**. В очередной уже раз спортивные чиновники пытаются убедить население России в том, как важно нам провести Олимпийские игры. Престиж страны, развитие курортного бизнеса, возрождение былой славы отечественного спорта... Они говорят, говорят, и чем дольше говорят, тем больше убеждают самих себя в том, что без Олимпиады нам не прожить никак.* («PRO Сочи», 27.07.2005).

В данном контексте негативное отношение автора публикации к Олимпиаде прослеживается на подтекстовом уровне и выражается использованием в качестве основного средства риторического воздействия таких стилистических фигур, как лексический повтор («говорят, говорят, и чем дольше говорят...», «пытаются убедить», «тем больше убеждают») и тропов, прежде всего иронии («с необычайной легкостью»), а также приема «нанизывания фигур», например, совмещение лексического повтора и иронии («без Олимпиады нам не прожить никак») и др. Наличие нейтральной лексики обусловлено информирующей функцией, воздействие однозначно есть и авторская интенция понятна: Олимпиада не нужна; при этом основным средством

риторического воздействия является ирония.

Заголовок статьи представляет собой вопросительное предложение, и эта особенность заголовочных конструкций является одной из специфических черт газетно-публицистического дискурса. В заголовках публикаций, посвященных Олимпиаде-2014, подобная экспрессивная конструкция является нередкой. Можно предположить, что авторы стремятся предоставить возможность читателям самостоятельно сформировать в своем сознании отношение к предстоящим Олимпийским играм.

В большинстве публикаций этого периода Олимпиада 2014 года в силу масштабности проекта и грандиозных материальных затрат на подготовку к нему рассматривается как некое далекое, «полуфантастическое» событие и описывается без ярко выраженной авторской оценки. Приведем примеры:

**Владимир Путин**, прибывший в Сочи на встречу с представителями Оценочной комиссии Международного олимпийского комитета, **заявил**, что **Россия готова потратить огромные деньги** на организацию Олимпиады-2014, если город-курорт получит права проведения этих соревнований. **«Россия намерена истратить на развитие этой территории огромные деньги – около 12 миллиардов долларов США, – цитата президента России. – Эти деньги пойдут на то, чтобы объединять людей со всего мира вокруг идей спорта».** **Путин пообещал**, что **Россия сделает все**, чтобы Сочи стал **достойной столицей** («Бизнес-журнал», 20.02.2006).

Олимпийское собрание **единогласно поддержало** заявку Сочи на Олимпиаду-2014 спикер Госдумы Борис Грызлов считает, что **Россия может уверенно претендовать** на проведение Зимней Олимпиады 2014 года. **«Я поддерживаю эту инициативу и полагаю, что абсолютное большинство граждан России относится к ней точно так же, – сказал он. – Проведение Олимпиады станет дополнительным стимулом для развития** в нашей стране физической культуры, спортивной инфраструктуры, **привлечет** в спорт **молодежь, поможет** сделать модным

**здоровый образ жизни»** («Деловой Сочи», 26.07.2005).

Как видим, автор публикации апеллирует к патриотическим чувствам читателя-гражданина, употребляя лексемы «Россия», «страна», «молодежь», «единогласно», «уверенно», «может», «станет», словосочетание «абсолютное большинство граждан». Проведение Олимпиады здесь представляется событием, призванным объединить всех россиян.

Вместе с тем, начинают появляться публикации позитивной направленности, которые акцентируют внимание на таких когнитивных признаках событийного концепта «Олимпиада в Сочи», как **престиж, уникальность, популярность среди населения страны, повышение уровня международного престижа России.** Например:

Олимпийские объекты Сочи-2014 получили **высокую оценку** МОК. Представители Международного олимпийского комитета (МОК) осмотрели спортивные объекты Сочи, строящиеся к Зимней Олимпиаде-2014, и дали им **«высочайшую оценку».** Об этом сообщает РИА Новости со ссылкой на председателя Олимпийского комитета России (ОКР) Леонида Тягачева («PRO Сочи», 17.05.2006).

Однако и в этот период в местной прессе Олимпиада-2014 позиционируется неоднозначно: наряду с публикациями с положительной оценкой данного события в региональных СМИ иногда появляются статьи критического толка, в которых рассказывается об отрицательном опыте других стран при проведении Олимпиады, выражается сомнение в том, что в короткие сроки будет осуществлено широкомащтабное строительство в городе Сочи, а также указывается на ряд проблем бюрократического характера, связанных с подготовкой и проведением современной Олимпиады. Здесь уместно говорить о первых этапах наполнения медиаконцепта «Олимпиада в Сочи» в дискурсе сочинских СМИ новыми когнитивными составляющими. Об этом свидетельствуют, в частности, такие примеры, как:

Сочи **рискует превратиться** в Барселону, получившую в 1992 году целый спортивный город, жизнь в котором в настоящее время **еле теплится.** Плюс ко всему, **вряд ли** организаторам **удастся** выручить достаточно денег от

реализации билетов – у нас не Германия, где даже на обычные этапы Кубка мира по прыжкам с трамплина или биатлону собирается по 40–60 тысяч человек. Нельзя не сказать и том, что заявка Сочи **никак не связана** с развитием зимних видов спорта в России. Но ведь на последних Олимпиадах результаты наших спортсменов становятся **все хуже и хуже!** Всего 5 золотых медалей в Солт-Лейк-Сити – яркое тому подтверждение. Не исключено, что в Турине будет еще более **громкий провал, а спасение от позора**, как всегда, найдется в лице фигуристов и биатлонистов. Зимний спорт в России **не то что не развивается, а разваливается**, а отдельные успехи тех же бобслеистов и саночников выкованы за рубежом. Так может, потратить 6 миллиардов долларов на **что-то более полезное? Ах да, кто же услышит** – для чиновников **ведь главное не победа, а участие. Олимпийские принципы они всегда соблюдают очень строго.** («Бизнес-журнал», 15.09.2007).

Если в 2005–2006 гг. наличие публикаций олимпийской тематики в сочинских СМИ было минимальным, то постепенно, к июлю 2007 г., их количество начинает возрастать, поскольку значимость самого события, его масштабность, а также пристальное внимание руководства страны к данному мероприятию способствуют усилению актуальности олимпийской темы как информационного повода и росту к нему интереса среди общественности. В основе развития семантического наполнения языковых репрезентаций уже существующих понятий, концептов, идей и возникновения новых лежат социокультурно-экономические факторы и общественная значимость того или иного явления, что и продемонстрировал дискурс сочинских СМИ последнего пятилетия.

После присуждения Сочи статуса олимпийской столицы 2014 года появляется значительно количество публикаций, носящих позитивный характер. Положительные стороны содержания событийного концепта «Олимпиада в Сочи» содержатся в текстах, включающих анализ точек зрения власти, представителей бизнеса и спорта. В частности, можно привести в качестве примера следующие выдержки из статей о значении олимпиады,

ее роли в укреплении международного авторитета России:

В связи с предстоящей Олимпиадой в Сочи сейчас много мнений и суждений – надо ли, стоит ли. Как **патриот России** рассуждаю: **так надо! Россия** – это не завьюженные улицы с медведями, как до сих пор считают некоторые за рубежом, мы – **цивилизованная страна**, которая **может поучить** культуре. Поэтому решение **приветствую.** («PRO Сочи», 01.04.2008).

Олимпиада-2014 **больше**, чем просто спортивные состязания. Это **наша национальная идея. Это будущее Отечества и будущее наших детей. Колоссальная ответственность** за Олимпиаду-2014 ложится на **всех россиян** («Бизнес-журнал», 01.09.2008).

Олимпиада – это было **заоблачное мечтание**. Но, наверное, мечтам в моей судьбе **суждено сбываться.** Олимпийские игры-2014 дадут **могущественное развитие** не только Сочи – **всему Краснодарскому краю, весь Южный федеральный округ** будет задействован. Практика показала: страна, проводящая Олимпиаду, минимум на 10–15 лет **опережает** остальные в **своем развитии.** Мы **должны** провести в 2014 году **самую лучшую** за всю историю олимпийского движения Белую Олимпиаду, которая станет **ярким, незабываемым зрелищем** для всего **спортивного мирового сообщества!** И я желаю сочинцам, чтоб она принесла им **счастье, удачу, больше рабочих мест, открыла новые перспективы и возможности.** («PRO Сочи», 01.09.2008).

Патриотизм – одна из главных тем в материалах об Олимпиаде. Отличительная особенность данного тематического пласта – высокий пафос, частотность употребления таких лексем, как «Россия», «страна», «родина». Тексты содержат прецедентные феномены мирового масштаба. Например:

Мы **хотим, чтобы каждый** воспринимал Игры в Сочи как **праздник**, как повод для **собственного роста.** Почти 50 лет назад **наш соотечественник** уже сделал то, что до этого **считалось невозможным.** И наша страна **«шагнула в космос».** И **весь мир** облетели слова **Юрия Гагарина:** «Поехали!». Сегодня настала очередь **новых свершений.** И мы **уже** на этом

пути. **Будущее** действительно **началось**. Мы констатируем: **точка невозврата пройдена, старт дан, двигатели запущены... Поехали!** («Стиль жизни», 01.08.2009).

Авторы публикаций анализируют, какие именно положительные изменения принесут региону Олимпийские игры. Как правило, это всегда одни и те же аргументы, среди которых центральными являются **экономическое развитие, политический авторитет, спортивные достижения, развитие курорта**. Приведем такой пример:

**Безусловно, победа Сочи – это потрясающее событие**, которое принесет **пользу** городу и его жителям.

Олимпиада – это **плюс, и большой**, который должен сделать из нашего **прекрасного** города курорт **мирового значения**.

Сочи – это **уникальный проект национального масштаба**. По расчетам нашего государства, он должен обеспечить **устойчивые позитивные изменения** не только в отдельно взятом городе и крае, но и **во всей России**, а также оставить **колоссальное социальное и спортивное наследие** будущим поколениям. Сочи превратится в многофункциональный спортивный центр **мирового уровня**, что, безусловно, будет способствовать **долгожданному развитию** профессионального и любительского спорта в России. («Стиль жизни», 01.08.2009).

Отметим, что во многих случаях используются формы будущего времени, то есть желанный образ олимпийского Сочи представлен в перспективе. Подобные сочетания подчеркивают исключительно высокое значение Олимпиады, возможность выхода Сочи на новый международный уровень, превращение его в курорт мирового значения. В данном контексте Олимпиада рассматривается как важнейшее достижение не только спорта, но и экономики, политики руководства страны и края.

Экологические проблемы – самый спорный момент в подготовке к зимним играм в Сочи, поэтому этой теме журналисты уделяют особое внимание, причем многие статьи носят ярко выраженный эмоциональный характер негативных оценок и пафоса отрицания. Например:

И вряд ли какой-либо другой город-олимпиаец принес столь **драгоценные жертвы олимпийским богам**, как уже принес и еще принесет Сочи. Хотя строительная **агрессия по отношению к природе** и ее рекреационным ресурсам нарастала исподволь, 2007 год стал годом объявления **строительной войны** и сочинцам, и отдыхающим, и курорту в целом. («Бизнес-журнал», 01.06.2008).

В целом **больные места** у всех курортных городов Черноморского побережья одни и те же: **сползающие свалки, загрязнение** прибрежной зоны фекалиями старых полусгнивших канализаций и ливневых стоков, **уничтожение** зеленых насаждений активной **застройкой в обход несуществующего до сих пор Генплана**, **эрозия** берегов, застройка пляжной зоны, **сокращение** пляжной зоны и **изъятие** щебня из рек. Еще один **удар ниже пояса по экологии Сочи – вырубка** зеленых насаждений. («Слухи», 04.10.2008).

Тем не менее, публикации, акцентирующие положительные изменения в экологической сфере, которые принесет Олимпиада, можно выделить в отдельную группу. Главная цель таких материалов – информирование о мерах по защите окружающей среды. В качестве «риторической аранжировки» можно указать на то, что авторы приводят мнения международных экспертов, официальных лиц (использование доводов к авторитету).

В заключение подчеркнем, что знание теоретических основ исследования лингвориторических параметров [8] состояния и функционирования общественного языкового сознания в условиях социокультурной инновации и владение конкретными примерами стратегии и тактики региональных СМИ являются неотъемлемой частью процесса профессиональной переподготовки и повышения квалификации специалистов психологического, филологического, журналистского и других профилей и направлений. Их применение с позиций интегративного лингвориторического подхода актуально в рамках синергетических аспектов вузовского образования [9], а также для организации научно-методической работы филологических кафедр вузов [10], в рамках системы повышения квалификации специалистов различного профиля по программе дополнительного профессионально-

го образования «Деловая коммуникация» [11]. Материалы исследования принципов, закономерностей и типологических особенностей, репрезентированных в совокупности «олимпийских контекстов» сочинских СМИ дают ориентиры для анализа других актуальных феноменов общественного языкового сознания и социокультурно-

го развития в инновационный период перестройки основ российского общественно-государственного устройства, что актуально для организации студенческих исследований в рамках курсовых и дипломных проектов, подготовки докладов на научно-практические конференции.

### Литература

1. Зубцов А.С., Ворожбитова А.А. Дискурсивное пространство Сочинского региона как объект лингвориторического исследования. Монография. Сочи: РИО СГУТиКД, 2008. 212 с.
2. Ворожбитова А.А. Лингвориторическое образование как социокультурная стратегия // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Серия: Общественные науки. 2003. № 9. С. 88–96.
3. Ворожбитова А.А. Альтернативы лингвориторическому образованию – нет! // Мир русского слова. 2004. №3 (20). С. 26–33.
4. Ворожбитова А.А. О концепции лингвориторического образования // Высшее образование в России. М, 2005. № 11. С. 91–96.
5. Ворожбитова А.А. Языковая ситуация в Южном федеральном округе и концепция непрерывного лингвориторического образования // Педагогические науки. М., 2006. №6 (22). С. 34–42.
6. Ворожбитова А.А. Би- / полилингвальная языковая личность и концепция лингвориторического образования как инструмент ее формирования в полиэтническом социокультурно-образовательном пространстве // Особенности функционирования и преподавания русского языка в полиэтническом регионе Северного Кавказа: материалы Международной конференции-семинара (г. Ставрополь, 21–25 сентября 2010 г.) / Под ред. В.М. Грязновой. Ставрополь: Издательство, 2010. С. 3–10.
7. Арутюнова Н.Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. М.: «Советская энциклопедия», 1990. С. 136.
8. *Vorozhbitova A.A. Lingual rhetoric paradigm as integrative research prism in philological science // European researcher. № 2. 2010. P. 183–190.*
9. Ворожбитова А.А. Синергетический аспект вузовского образования в свете лингвориторического подхода // Alma mater (Вестник высшей школы). 1999. № 2. С. 22–26.
10. Ворожбитова А.А. Концепция лингвориторического образования и организация научно-методической работы кафедры русского языка // Alma mater (Вестник высшей школы). 1999. № 11. С. 30–33.
11. Ворожбитова А.А. Лингвориторические основы инновационного педагогического процесса по программе дополнительного профессионального образования «Деловая коммуникация» в Сочинском госуниверситете // Вестник Сочинского государственного университета туризма и курортного дела. 2008. № 3–4. С. 111–129.

### Сведения об авторе:

Пермякова Наталия Ивановна, зам. директора по учебной работе, старший преподаватель Анапского филиала СГУТиКД, аспирант кафедры русской филологии СГУТиКД (Сочи).