

DOI: 10.12731/2077-1770-2024-16-2-426

УДК 81



Научная статья |  
Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика

## МАНИПУЛИРОВАНИЕ КАК ВИД РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В СПОРТИВНОЙ АНАЛИТИЧЕСКОЙ СТАТЬЕ

*К.А. Павлова*

**Обоснование.** Исследование посвящено вопросу манипулирования в спортивных аналитических статьях. В настоящее время невозможно отрицать существенное влияние спорта на нашу жизнь, а основные события из мира спорта освещаются средствами массовой информации. Так как одной из основополагающих функций СМИ является функция воздействия, представляется целесообразным рассмотреть механизмы манипулирования в рамках спортивного дискурса. На основании теоретического исследования устанавливается, что ключевой характеристикой манипулирования является скрытый характер. В практической части исследования приведен анализ способов языковой репрезентации манипулирования на лексическом и синтаксическом уровнях.

**Цель.** Определить приемы манипулирования в спортивных аналитических статьях и рассмотреть способы их языковой репрезентации.

**Материалы и методы.** В качестве материалов для исследования были использованы англоязычные аналитические статьи, посвященные спорту, за 2024 г. из британских онлайн изданий *The Guardian* и *The Sun*. Для достижения цели и решения поставленных задач в работе были использованы следующие методы исследования: метод анализа и синтеза теоретического материала, метод дискурсивного анализа, метод контекстуального анализа, описательный метод. Данные методы позволили получить достоверные сведения о языковой репрезентации различных способов манипулирования в спортивном дискурсе.

**Результаты** исследования показали, что спортивные аналитические статьи обладают существенным потенциалом для воздействия на читательскую аудиторию благодаря приемам речевого манипулирования, среди которых можно выделить: лексемы-ограничители, ярлыки, личные местоимения первого лица множественного числа, риторические вопросы и прием мультипликации. Рассмотрены языковые способы экспликации данных манипулятивных приемов.

**Область применения.** Полученные результаты могут быть использованы для дальнейшего исследования способов речевого воздействия и манипулирования в рамках спортивного дискурса, при разработке вузовских курсов лекций по общему языкознанию и в чтении спецкурсов, посвященных спортивному дискурсу и речевому воздействию.

**Ключевые слова:** речевое воздействие; манипулирование; языковое манипулирование; признаки манипуляции; спортивный дискурс; спортивная аналитическая статья

**Для цитирования.** Павлова К.А. Манипулирование как вид речевого воздействия в спортивной аналитической статье // Современные исследования социальных проблем. 2024. Т. 16, № 2. С. 103-118. DOI: 10.12731/2077-1770-2024-16-2-426

Original article | Theoretical, Applied and Comparative Linguistics

## MANIPULATION AS A TYPE OF SPEECH INFLUENCE IN SPORTS ARTICLE

*K.A. Pavlova*

**Background.** The article focuses on the manipulative influence issues in sports analytical articles. Nowadays our life is significantly affected by sport and key sports events are covered by mass media. Since one of the major functions of mass media is the function to influence the reader, an attempt to analyze the mechanisms of manipulation with-

*in the framework of sports discourse seems to be reasonable. Based on the theoretical research study, it is established that manipulation is primarily characterized by its covert nature. In the practical part an analysis of linguistic ways of representation of manipulation on lexical and syntactical levels is given.*

**Purpose.** *The purpose of the study is to define the mechanisms of manipulation in sports analytical articles and to analyze their linguistic side.*

**Materials and methods.** *The research material comprises 7 sports analytical articles of 2024 taken from digital versions of the British magazines such as The Guardian and The Sun. The main research methods include analysis and synthesis of theoretical materials, discourse and contextual analysis together with descriptive method. The methods enumerated have given an opportunity to obtain accurate data on linguistic representation of various ways of manipulation in sports discourse.*

**Results.** *The results of the study have shown that sports analytical articles possess a significant potential to influence the reader due to some manipulative methods such as hedges, labels, first person pronoun in a plural form, rhetorical questions and multiplication. The ways of linguistic representation of these manipulative methods are analyzed.*

**Practical implications.** *The research results can be used for further investigation of ways of manipulation within sports analytical articles as well as in the development of courses on speech influence and sports discourse.*

**Keywords:** *speech influence; manipulation; speech manipulation; features of manipulation; sports discourse; sports analytical article*

**For citation.** *Pavlova K.A. Manipulation as a Type of Speech Influence in Sports Article. Sovremennye Issledovaniya Sotsialnykh Problem [Modern Studies of Social Issues], 2024, vol. 16, no. 2, pp. 103-118. DOI: 10.12731/2077-1770-2024-16-2-426*

## **Введение**

Каждое высказывание субъекта речи оказывает определенный эффект на собеседника. Это предопределило зарождение и развитие теории о том, что речь человека обладает действенной силой.

Именно действенная сила высказывания привлекает внимание исследователей разных научных областей, и к концу двадцатого века формируется новое направление, получившее название *теория речевого воздействия*.

Теория речевого воздействия – это наука об «эффективном общении», что подразумевает применение уместной в контексте конкретной коммуникативной ситуации формы вербального воздействия, а также умение грамотно выбирать и использовать разнообразные виды вербального воздействия в различных ситуациях. В настоящем исследовании под речевым воздействием понимается психолингвистический процесс, цель которого заключается в перестройке мировосприятия реципиента.

Основной целью речевого воздействия является стремление адресанта заставить адресата мыслить и действовать по определенному, выгодному для манипулятора сценарию, что представляет собой манипулирование сознанием. В лингвистике *манипулирование* выступает одним из способов вербального воздействия и исследуется рядом ученых (И.А. Стернин, Г.А. Копнина, Е.В. Чернявская, Л.Г. Навасартян). Существенное различие между *речевым воздействием* и *манипулированием* заложено, как считает И.А. Стернин, в сознательности или несознательности действий говорящего [5, с. 66-67]. Если сам термин речевого воздействия подразумевает под собой некое вербальное влияние, задача которого заключается в том, чтобы убедить реципиента принять чуждую ему точку зрения, используя определенную аргументацию, то целью манипуляции является попытка принудить реципиента совершить то или иное действие неосознанно, иными словами – вопреки собственному желанию [Там же, с. 67]. Также ключевым условием выступает тот факт, что объект манипуляции не чувствует себя жертвой воздействия, так как не осознает его [7, с. 17].

Для процесса манипулирования характерны следующие признаки:

1. отсутствие у адресата понимания того, что он является объектом воздействия;

2. отсутствие у адресанта желания принимать в расчет мнение и интересы адресата, а также стремление навязать последнему свою волю;

3. наличие у адресанта определенных навыков убеждения;

4. попытки адресанта создать у адресата иллюзию того, что он принимает решения по своей воле;

5. неспособность адресата построить защитную реакцию [4, с. 18-19].

Адресат не осознает направленного на него воздействия, что обуславливает основополагающий фактор эффективного манипулирования – его скрытый характер. Манипулирование может быть реализовано на нескольких языковых уровнях: морфологическом, лексическом и синтаксическом. В настоящем исследовании рассмотрены некоторые способы осуществления манипулятивного воздействия в спортивном дискурсе.

### **Цель**

Выявить способы речевого манипулирования в рамках спортивного дискурса, а также проанализировать их языковую экспликацию на материале спортивных аналитических статей из онлайн-версий британских изданий *The Guardian* и *The Sun*.

### **Материалы и методы**

Практическим материалом для исследования послужили спортивные аналитические статьи из онлайн-версий британских изданий *The Guardian* и *The Sun*. В общей сложности было рассмотрено 7 англоязычных статей, объединенных темой спорта. При анализе материала использовались метод дискурсивного анализа, метод контекстуального анализа и описательный метод.

### **Результаты и обсуждение**

Средства массовой информации на сегодняшний день выполняют не только информативную функцию, но и функцию воздействия. На первый план нередко выходит необходимость контроля

над аудиторией, ее мнением и восприятием тех или иных событий. Манипулятивное воздействие можно проследить и в спортивных аналитических статьях. Спорт оказывает значительное влияние на нашу жизнь, а ключевые события из мира большого спорта все-сторонне освещаются в СМИ, следовательно, представляется целесообразным проанализировать, как манипулятивные механизмы, реализованные посредством разнообразных языковых приемов, оказывают влияние на адресата, представленного в лице читательской аудитории.

**1. Лексем-ограничители.** К одному из наиболее распространенных лексико-грамматических способов языкового манипулирования относится применение лексем-ограничителей (“*hedges*”) [3]. Цель данного приема заключается в «ограничении» эффективности утверждения, что зарождает у читателя некоторые сомнения по поводу правдивости того или иного высказывания. В данной работе мы проиллюстрируем реализацию двух групп ограничителей: *ограничителей силы* и *ограничителей ментального размежевания*.

К ограничителям силы относятся выражения, которые частично снимают ответственность с адресанта за сформулированное им высказывание. К ним относятся следующие лексем-ограничители: *at least* (по крайней мере), *at any rate* (во всяком случае), *kind of* (своего рода).

Рассмотрим отрывок из статьи, посвященной текущему положению дел в английском футбольном клубе «Манчестер Сити» и его тренеру Хосепу Гвардиолу:

*In that sense they are, in spirit **at least**, a little more like Pep Guardiola's early Barcelona than some of the sides which have won the title at City* [8].

Автор статьи высоко оценивает футбольный клуб «Манчестер Сити» и работу спортсменов в победном матче с «Ливерпулем». Для формирования положительного восприятия у адресата он прибегает к сравнению, а именно: он сравнивает игру «Манчестер Сити» под руководством Гвардиолы, выдающегося испанского тренера, с золотым периодом «Барселоны» под его же руководством, когда сборная была названа лучшей сборной начала XXI в. Подобная аналогия

возлагает определенную ответственность на автора высказывания, которую он тем не менее снимает с себя, используя ограничитель силы “*at least*” (“*in spirit at least*” – «по крайней мере по духу»). Тем самым он выражает некоторые сомнения в том, что, несмотря на значительные успехи, «Манчестер Сити» сравнялся с «Барселоной» не только на уровне морального духа, но и в мастерстве.

Манипулятивное воздействие ограничителя силы “*a kind of*” можно проследить в отрывке из статьи, в которой автор рассуждает на тему двух матчей немецкой «Баварии» и итальянского «Лацио», оба раза закончившихся поражением последних:

*And really this was a kind of tell, redolent of the way in which Lazio have struggled to change gears this season, to find different ways of winning* [9].

Из контекста всей статьи становится очевидно, что автор создает положительное впечатление о немецком клубе и, соответственно, отрицательное – об итальянском. Он говорит о том, что его статья была «своего рода рассказом» (*a kind of tell*) о том, как итальянский клуб боролся и сделал все возможное, чтобы «найти разные пути к победе» (*to find different ways of winning*). Данное утверждение противоречит действительности, так как статья изначально была направлена на создание положительного образа «Баварии».

Следующая группа ограничителей – ограничители ментального размежевания, представлена лексемами, посредством которых автору удастся либо противопоставить свое мнение мнению цитируемого лица, либо снять с себя ответственность за чужие высказывания. К подобным ограничителям относятся такие лексические единицы, как *claim*, *assert*, *affirm*, *allege* (утверждать), *allegedly* (как утверждают, будто бы), *purportedly* (предположительно). Проиллюстрируем манипулятивный потенциал глаголов *to claim*, *to allege* и наречия *allegedly* на примере отрывка из статьи, посвященной недавним скандалам в мире «Формулы-1»:

*The BBC report claims a whistleblower has alleged that Ben Sulayem called the FIA’s vice-president for sport for the Middle East, Sheikh Abdullah bin Isa al-Khalifa, who was in Saudi Arabia for the race in an*

*official capacity. Ben Sulayem **allegedly** made it clear to Sheikh Abdullah bin Isa that he thought Alonso's penalty should be revoked.* [10]

Из коммуникативного контекста статьи становится ясно, что Мохаммед бен Сулайем, президент Международной автомобильной ассоциации (FIA), обвиняется во вмешательство в результаты одной из гонок «Формулы-1», а именно в том, что потребовал отменить штраф, назначенный на «Гран-при Саудовской Аравии» спортсмену Фернандо Алонсо. Благодаря таким высказываниям, как “*the BBC claims*” («в сообщении Би-би-си утверждается»), “*a whistleblower has **alleged***” («осведомитель утверждал»), “*Ben Sulayem **allegedly** made it clear*” («Бен Сулайем якобы дал понять») автор статьи выступает в качестве наблюдателя описываемых им событий, тем самым отстраняясь от них. Он показывает, что не уверен в их достоверности и, соответственно, собственных словах. Это приводит к тому, что читатель начинает ставить под сомнение правдивость высказывания и, в частности, виновность Бена Сулайема.

К подобному приему прибегает автор другой статьи, также посвященной обвинениям в адрес президента Международной автомобильной ассоциации:

*FIA chief reportedly under investigation for **alleged** interference in FI race* [11].

В данном случае ограничитель ментального размежевания использован уже в заголовке, что задает определенный тон всей статье, заставляя читателя сомневаться в том, было ли действительно произведено вмешательство в результаты гонки со стороны Сулайема.

В статье, освещающей последствия скандала с Кристианом Хорнером, руководителем «Ред Булл», обвиненном в неподобающем поведении по отношению к одной из сотрудниц компании, использован тот же манипулятивный прием:

*There he was in Bahrain on the opening weekend of the new season, toasting Max Verstappen's latest victory, making a public show of solidarity for the cameras with his wife, Geraldine, urging everyone to “move on” from the investigation that cleared him of coercive behaviour*

*against a female employee and the subsequent leak of as yet unverified messages and images purportedly relating to the case* [12].

К моменту написания данной статьи Кристиан Хорнер уже был оправдан. Автор материалов, говоря о том, что сообщения и фотографии лишь «предположительно» (*purportedly*) относятся к делу, ставит под сомнение не только факт того, что они действительно были связаны с данным делом, так и правильность самого обвинения, вынесенного по отношению к руководителю «Ред Булла». Автор, становясь на сторону Хорнера, выражает свою субъективную позицию и в то же время пытается навязать ее своей читательской аудитории.

**2. Ярлык.** Любой вид манипулятивного воздействия – это прежде всего воздействие на эмоциональное состояние реципиента. Таким образом, целесообразно рассмотреть использование эмоционально-окрашенной лексики, в частности ярлыка как одного из эффективных способов манипулирования сознанием читательской аудитории.

Ярлык представляет собой упрощенную номинацию, понятную и легко воспринимаемую большим количеством реципиентов [2, с. 82]. В совместном исследовании Г.В. Лещенко и Л.В. Цыбиной ярлык, являясь инструментом насаждения стереотипов, рассматривается в качестве одного из способов психологического программирования, так как благодаря ему возможно формирование и закрепление неблагоприятного образа в сознании читателя [3]. Проиллюстрируем манипулятивный потенциал ярлыка на примере отрывка из статьи, также посвященной Кристиану Хорнеру:

*The apparent surprise that a product packaged and sold as a schlocky personal soap opera has somehow degenerated into a schlocky personal soap opera* [12].

Автор статьи выражает негативное отношение к тому, какой резонанс обрел скандал с главой «Ред Булла». Все происходящее он сравнивает с «мыльной оперой» (*soap opera*). «Мыльная опера» сама по себе является хорошо знакомым широким массам ярлыком, своеобразным журналистским клише, характеризующимся

презрительной окраской. В приведенном отрывке ярлык усиливается посредством использования аффектива “*schlocky*” («дрянного качества»). Далее по тексту автор статьи раскрывает ярлык, применяя лексемы, тесно ассоциируемые с ним: “*the editing suite*” («видеомонтажная аппаратная»), “*pumping soundtrack*” («потрясающий саундтрек»), “*pre-written storylines*” («написанные сюжетные линии»):

*The belated discovery that there might actually be such a thing as **bad publicity, negative publicity, the kind of publicity that does not emerge fully formed from the editing suite, complete with pumping soundtrack and pre-written storylines** [12].*

Также следует отметить, что адресант прибегает к манипулятивному приему чрезмерного употребления ключевого слова “*publicity*” («реклама», «гласность»). Именно излишнюю гласность автор статьи обвиняет в том, что скандал с участием Хорнера превратился в мыльную оперу. Повтор смысловой доминанты усиливает эмоциональное напряжение, а прилагательные с отрицательной коннотацией (*bad, negative*) формируют негативное мнение у читательской аудитории.

**3. Местоимение первого лица множественного числа.** Значительными манипулятивными возможностями обладают формы множественного числа личного местоимения первого лица (*we, us, our*) [1, с. 119]. Такие местоимения придают убедительность мнению адресанта, переводя субъективную индивидуальную оценку обсуждаемого события в разряд общих, коллективных, что предопределяет единение адресанта и адресата. Проследить манипулятивный потенциал местоимения *we* можно в следующем отрывке:

*If in a more enlightened world this might have been an opportunity to sharpen the lines of accountability and responsibility within the sport, even reflect on its power structures and gender imbalances, then perhaps **it was ultimately inevitable that we would instead retreat into the more comfortable territory of gossip and intrigue, politicking and bickering** [12].*

Автор статьи, говоря о том, что в мире спорта существуют проблемы, на которые стоило бы обратить внимание, вместо того чтобы

подаваться «сплетням и интригам, политиканству и пререканиям» (*territory of gossip and intrigue, politicking and bickering*), возлагает ответственность за скандал с Хорнером на каждого из нас. Подобный плюрализм увеличивает масштаб проблемы. Категоричность высказыванию придает фраза “*ultimately inevitable*” («в конечном счете неизбежно»). Еще одним манипулятивным приемом в данном отрывке является синтаксический параллелизм: “*territory of gossip and intrigue, politicking and bickering*”. Подобная подача информации фокусирует интерес читательской аудитории на конкретной идее и, представляя собой один из способов усиления яркости образа, данный стилистический прием оставляет в сознании глубокий след, схожий со мнением автора.

Прием солидаризации, реализованный при помощи местоимения первого лица множественного числа, использован и в заключении статьи, где автор подводит некоторые итоги:

*Either way, we can only hope that Formula One can restore its cherished reputation in time for this weekend's Saudi Arabian Grand Prix [12].*

В приведенном выше отрывке автор выражает надежду на то, что положение дел в мире «Формулы-1» изменится в противоположную, положительную сторону. Использование местоимения первого лица множественного числа вызывает чувство объединения, некой солидаризации со своей аудиторией, что заставляет читателя согласиться со сделанным выводом.

**4. Риторический вопрос.** Нередко автор статьи пытается сократить дистанцию со своим читателем, что приводит к повышению уровня доверия как к самому автору, так и к его позиции. Для установления связи с читательской аудиторией нередко применяются средства диалогизации и интимизации изложения, характеризующиеся существенной силой воздействия [6, с. 380]. Среди подобных приемов можно выделить риторические вопросы. Они обладают значительным манипулятивным потенциалом, так как ведут к единственно правильному, заранее предрешенному ответу, что, в свою очередь, направляет выводы читателя по желаемому манипулятором направлению.

Рассмотрим довольно широкий контекст, взятый из статьи, посвященной Юргену Клоппу, знаменитому футбольному тренеру, и его талантливым спортсменам:

*But then, putting faith in young players is not a simple binary. There are degrees and shades to this business. Is it braver to give your academy products 10 minutes at the end of a league game you are already winning, or to throw them headlong into the pandemonium of a Wembley final? There are plenty of coaches out there who hide their best young talents away, rear them on cheap low-intensity minutes, set them up to fail. Klopp, by contrast, does not simply take them along for the ride. He throws them the keys [13].*

Автор статьи вступает с читателем в диалог посредством риторического вопроса и последующего очевидного для адресата ответа, тем самым акцентируя внимание на том факте, что Клопп не боится выставлять молодых футболистов во время матча (в отличие от других тренеров) и таким образом дает им возможность показать себя, что выражено при помощи метафоры “*he throws them the keys*” (досл. «он бросает им ключи», то есть дает им возможности). У читательской аудитории формируется положительное восприятие действий футбольного тренера.

**5. Мультипликация.** Рассмотрим еще один манипулятивный прием – прием мультипликации, заключающийся в создании намеренной множественности. Подобный прием формирует у реципиента ошибочное представление о масштабах освещаемого события. Проиллюстрируем данное положение отрывком из статьи, посвященной Рою Ходжсону, английскому футбольному тренеру, уволенному из «Кристал Пэлас» по причине преклонного возраста и проблем со здоровьем:

*Despite this age gap, the vast majority of those who have played under him in recent years like and respect the man [14].*

Автор статьи формирует конкретное восприятие у своей читательской аудитории, заключающееся в том, что Ходжсон – талантливый тренер, добившийся высот в своем деле. В выбранном отрывке манипулятивный прием мультипликации реализован при помощи фразы “*the vast majority*” («подавляющее большинство»).

### Заключение

Подводя итог вышесказанному, можно сделать вывод о том, что манипулирование как вид речевого воздействия представляет собой стремление побудить собеседника, вопреки его собственным интересам и желаниям, выполнить определенные действия, необходимые субъекту манипуляции. Основной характеристикой данного процесса выступает «скрытость», так как объект никогда не догадывается об осуществляемом над ним воздействии. Для спортивной аналитической статьи характерны разнообразные приемы манипулятивного воздействия, необходимые журналисту для формирования определенного мнения у читательской аудитории по поводу освещаемого события или явления. В частности, в данной работе были рассмотрены такие манипулятивные приемы, как

1. лексемы-ограничители (“*hedges*”), а именно *ограничители силы* и *ограничители ментального размежевания*;
2. ярлык;
3. личные местоимения первого лица множественного числа;
4. риторический вопрос;
5. мультипликация.

Перспективы дальнейшего исследования заключаются в расширении анализируемого материала, а также рассмотрении других способов манипулятивного воздействия в спортивной аналитической статье. Актуальным является формирование единой классификации манипулятивных приемов на лексическом, морфологическом и синтаксическом уровнях.

### Список литературы

1. Беляева И.В. Грамматика манипулятивной коммуникации // Культурная жизнь Юга России. 2009. № 1(30). С. 117-120.
2. Клушина Н.И. Образ врага (о военной риторике в мирное время) // Язык современной публикации. 2006. № 5. С. 79-87.
3. Лещенко Г.В., Цыбина Л.В. Лексико-грамматические приемы речевого манипулирования в англоязычных спортивных статьях // Огарёв-Online. 2017. № 14. URL: <https://journal.mrsu.ru/arts/>

- leksiko-grammaticheskie-priemy-rechevogo-manipulirovaniya-v-angloyazychnyx-sportivnykh-statyax (дата обращения: 09.04.2024).
4. Навасармян Л.Г. Языковые средства и речевые приемы манипуляции информацией в СМИ (на материале российских газет): дис. канд. филол. наук. Саратов, 2017. 172 с.
  5. Стернин И.А. Введение в речевое воздействие: монография. Воронеж: Полиграф, 2001. 227 с.
  6. Цыбина Л.В., Лещенко Г.В. Синтаксические средства речевого манипулирования в англоязычных спортивных статьях // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2018. № 3(81). Ч. 2. С. 378-381.
  7. Чернявская В.Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия: учебное пособие. М.: Флинта; Наука, 2006. 136 с.
  8. URL: <https://www.theguardian.com/football/2024/mar/04/man-city-per-guardiola-title-race> (дата обращения: 10.04.2024).
  9. URL: <https://www.theguardian.com/football/2024/mar/05/bayern-munich-lazio-champions-league-last-16-match-report> (дата обращения: 10.04.2024).
  10. URL: <https://www.theguardian.com/sport/2024/mar/05/fia-breaks-silence-over-ben-sulayems-fl-race-interference-allegations> (дата обращения: 10.04.2024).
  11. URL: <https://www.theguardian.com/sport/2024/mar/04/fia-president-mohammed-ben-sulayem-under-investigation-for-alleged-interference-in-fl-race> (дата обращения: 10.04.2024).
  12. URL: <https://www.theguardian.com/sport/2024/mar/05/formula-one-red-bull-christian-horner> (дата обращения: 10.04.2024).
  13. URL: <https://www.theguardian.com/football/blog/2024/feb/25/liverpools-fearless-youngsters-are-jurgen-klopps-greatest-legacy> (дата обращения: 10.04.2024).
  14. URL: <https://www.thesun.co.uk/sport/25971987/roy-hodgson-career-couldnt-say-no-crystal-palace/> (дата обращения: 10.04.2024).

### *References*

1. Belyaeva I.V. Grammar of manipulative communication. *Kul'turnaya zhizn' Yuga Rossii* [Cultural Life of the South of Russia], 2009, no. 1(30), pp. 117-120.

2. Klushina N.I. The image of the enemy (on military rhetoric in peacetime). *Yazyk sovremennoy publikatsii* [Language of Modern Publication], 2006, no 5, pp. 79-87.
3. Leshchenko G.V., Tsybina L.V. Grammar of communicative manipulation. *Ogarev-Online*, 2017, No. 14. <https://journal.mrsu.ru/arts/leksiko-grammaticheskie-priemy-rechevogo-manipulirovaniya-v-angloyazychnyx-sportivnyx-statyax> (accessed 09.04.2024).
4. Navasartyan L.G. *Language means and verbal devices of manipulating the information in mass media (on the basis of Russian newspapers)*. PhD dissertation. Saratov, 2017. 172 p.
5. Sternin I.A. *Introduction to speech influence*. Voronezh: Poligraf Publ., 2001, 227 p.
6. Tsybina L.V., Leshchenko G.V. Syntactic means of speech manipulation in English-language sports articles. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki* [Philological Sciences. Questions of theory and practice], 2018, no. 3(81), Part 2, pp. 378-381.
7. Chernyavskaya V.E. *Discourse of power and power of discourse: Problems of linguistic impact*. Moscow: Flinta, Nauka Publ., 2006, 136 p.
8. URL: <https://www.theguardian.com/football/2024/mar/04/man-city-pep-guardiola-title-race> (accessed 10.04.2024).
9. URL: <https://www.theguardian.com/football/2024/mar/05/bayern-munich-lazio-champions-league-last-16-match-report> (accessed 10.04.2024).
10. URL: <https://www.theguardian.com/sport/2024/mar/05/fia-breaks-silence-over-ben-sulayems-fl-race-interference-allegations> (accessed 10.04.2024).
11. URL: <https://www.theguardian.com/sport/2024/mar/04/fia-president-mohammed-ben-sulayem-under-investigation-for-alleged-interference-in-fl-race> (accessed 10.04.2024).
12. URL: <https://www.theguardian.com/sport/2024/mar/05/formula-one-red-bull-christian-horner> (accessed 10.04.2024).
13. URL: <https://www.theguardian.com/football/blog/2024/feb/25/liverpools-fearless-youngsters-are-jurgen-klopps-greatest-legacy> (accessed 10.04.2024).

14. URL: <https://www.thesun.co.uk/sport/25971987/roy-hodgson-career-couldnt-say-no-crystal-palace/> (accessed 10.04.2024).

### ДАННЫЕ ОБ АВТОРЕ

**Павлова Ксения Андреевна**, ассистент высшей школы лингводидактики и перевода  
*Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого*  
*ул. Политехническая, 29, г. Санкт-Петербург, 195251, Российская Федерация*  
*[lone9782@yandex.ru](mailto:lone9782@yandex.ru)*

### DATA ABOUT THE AUTHOR

**Ksenia A. Pavlova**, Instructor, Higher School of *Linguodidactics and Translation*  
*Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University*  
*29, Polytechnicheskaya Str., St. Petersburg, 195251, Russian Federation*  
*[lone9782@yandex.ru](mailto:lone9782@yandex.ru)*  
*SPIN-code: 7304-7061*  
*ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0898-131X>*

Поступила 20.05.2024  
После рецензирования 10.06.2024  
Принята 20.06.2024

Received 20.05.2024  
Revised 10.06.2024  
Accepted 20.06.2024