

УДК 811.111

**ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ КОНЦЕПТА «VICTORY»  
В СОВРЕМЕННОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ (НА МАТЕРИАЛЕ  
«SPORTS ILLUSTRATED»)**

**МОСИНА Н. М.,**

*д. филол. н., доцент, профессор кафедры английского языка для профессиональной коммуникации,*

*ФГБОУ ВО «МГУ им. Н.П. Огарёва»,*

*Россия, г. Саранск*

**ШОКИРОВА Г. Б. К.,**

*магистрант кафедры английского языка для профессиональной коммуникации*

*ФГБОУ ВО «МГУ им. Н.П. Огарёва»,*

*Россия, г. Саранск*

**Аннотация.** Статья посвящена лингвокогнитивному анализу концепта «victory» в современном англоязычном спортивном дискурсе на материале публикаций журнала "Sports Illustrated". Автор рассматривает языковые средства, репрезентирующие победу в текстах, освещдающих различные виды спорта, и выявляет особенности их семантической и прагматической реализации. Особое внимание уделяется метафорическим моделям, стилистическим приемам и синтаксическим конструкциям, с помощью которых формируется образ победы как культурного и идеологического феномена. Работа основана на междисциплинарном подходе, сочетающем методы когнитивной лингвистики, дискурсивного анализа и корпусной лингвистики. Полученные результаты демонстрируют устойчивость концептуального ядра «victory» в спортивной журналистике, его эмоциональную и символическую нагрузку, а также его роль в формировании коллективных представлений о триумфе, усилии и национальной идентичности.

**Ключевые слова:** концепт, победа, спортивный дискурс, когнитивная лингвистика, метафора, медиаобраз, культурные константы

***LINGUISTIC MEANS OF EXPRESSING THE CONCEPT OF  
"VICTORY" IN MODERN ENGLISH (BASED ON THE MATERIAL OF  
"SPORTS ILLUSTRATED")***

***MOSINA N. M.,***

*Doctor of Philology, Associate Professor,*

*Professor of the Department of English for Professional Communication,*

*Ogarev Mordovia State University,*

*Saransk, Russia*

***SHOKOROVA G. B. K.,***

*Master's student of the Department of English for Professional Communication*

*Ogarev Mordovia State University,*

*Saransk, Russia*

**Abstract.** The article is devoted to the linguistic and cognitive analysis of the concept of "victory" in modern English-language sports discourse based on the publications of the Sports Illustrated magazine. The author examines the linguistic means representing victory in texts covering various sports, and identifies the features of their semantic and pragmatic implementation. Special attention is paid to metaphorical models, stylistic techniques and syntactic constructions, with the help of which the image of victory as a cultural and ideological phenomenon is formed. The work is based on an interdisciplinary approach combining methods of cognitive linguistics, discursive analysis and corpus linguistics. The results obtained demonstrate the stability of the "victory" conceptual core in sports journalism, its emotional and symbolic load, as well as its role in shaping collective ideas about triumph, effort, and national identity.

**Keywords:** concept, victory, sports discourse, cognitive linguistics, metaphor, media image, cultural constants.

## **Введение**

Современная лингвистика, находясь на стыке гуманитарных и социальных наук, все более настойчиво обращается к исследованию концептов как ключевых единиц когнитивной картины мира, отражающих специфику ментального восприятия и интерпретации действительности в рамках определённого языкового сообщества. Концепт «victory» представляет собой одно из наиболее репрезентативных понятий в англоязычной культуре, особенно в контексте спортивного дискурса, где он приобретает характер культурного символа, носителя социальных смыслов и идеологических установок. Ввиду этого исследование языковых средств выражения концепта «victory» в современных англоязычных медиатекстах, в частности в спортивной журналистике, оказывается актуальным как с точки зрения когнитивной лингвистики, так и в более широком культурологическом контексте.

Цель настоящей работы заключается в выявлении и систематизации языковых средств, с помощью которых концепт «victory» репрезентируется в текстах американского спортивного журнала «Sports Illustrated», а также в определении pragматических функций этих средств в структуре медиадискурса. Предметом анализа выступают лексические, синтаксические и стилистические элементы, актуализирующие концепт победы, а также их соотнесенность с культурными константами англоязычного общества. Объектом исследования являются тексты спортивной направленности, опубликованные в указанном издании за последние два десятилетия.

## **Материал и методы**

Материалом исследования послужили оригинальные статьи, опубликованные в печатной и электронной версиях журнала «Sports Illustrated» с 2000 по 2024 год. В выборку вошли более 150 публикаций, освещающих Дневник науки | [www.dnevniknauki.ru](http://www.dnevniknauki.ru) | СМИ ЭЛ № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

победы в различных спортивных дисциплинах: футболе, баскетболе, бейсболе, лёгкой атлетике, теннисе, боксе и др. Отбор материала осуществлялся с учётом наличия явной или имплицитной репрезентации победы как ключевого элемента нарратива. При этом особое внимание уделялось жанровому разнообразию текстов – от аналитических обзоров до эмоционально окрашенных репортажей и интервью с победителями.

Методологическая основа исследования базируется на принципах когнитивной лингвистики, дискурсивного анализа, а также элементов корпусного подхода. В частности, применялись методы контекстуального анализа, количественной выборки лексических единиц, семантической интерпретации и функционально-стилистического анализа. Лексико-семантические группы анализировались с точки зрения их частотности, семантической нагрузки, прагматической направленности и стилистической окраски. Также учитывались невербальные компоненты, сопровождающие текст – заголовки, подзаголовки, визуальный ряд, так как они играют значительную роль в формировании общего концепта.

## Результаты

Концепт «victory» в современной англоязычной картине мира занимает особое место, являясь не только ключевой составляющей спортивного дискурса, но и отражением социокультурных установок, идеологических ориентиров и менталитетных архетипов англоязычного сообщества. В особенности ярко это проявляется в американской медийной традиции, где спортивная журналистика играет роль трибуны, транслирующей не просто результат состязания, но и мифологию победы как таковой. В этом контексте обращение к материалам журнала "Sports Illustrated" представляется не просто уместным, но и методологически оправданным: данное издание на протяжении десятилетий формирует символический нарратив американского спорта, аккумулируя в себе лексико-семантический арсенал, отражающий концептуальные доминанты категории «victory» [9, с.52].

Лингвистическая репрезентация концепта «victory» в материалах "Sports Illustrated" обусловлена прежде всего жанровой спецификой спортивной журналистики, тяготеющей к экспрессивному, насыщенному метафорикой и эмотивностью стилю. Победа в этом контексте предстает не просто как завершение спортивного события с положительным исходом для одной из сторон, но как вершина героического пути, как результат неумолимой воли, стратегической гениальности и физического превосходства. Именно поэтому в текстах журнала столь частотны такие метафоремы, как *battle*, *war*, *conquest*, в которых победа мыслится сквозь призму милитаристской парадигмы. Анализ типичных языковых средств, сопровождающих упоминание победы, демонстрирует доминирование лексем, актуализирующих идею тотальной борьбы, крайней степени напряжения и предельной мобилизации всех сил: *hard-fought victory*, *narrow win*, *dominant performance* и т. п.

Следует особо отметить, что концепт «victory» в рассматриваемом дискурсе не является изолированной лексико-семантической единицей. Напротив, он функционирует в тесной связи с когнитивными категориями *challenge*, *resilience*, *redemption*, создавая семантическое поле, насыщенное внутренними оппозициями: поражение – победа, слабость – сила, хаос – порядок. Таким образом, победа репрезентируется не как статика, но как динамическое напряжение, результат преодоления, борьбы, трансформации. Важно, что семиотическая нагрузка концепта «victory» распространяется и на визуальный ряд: фотографии победителей, сопровождающие статьи, представляют собой визуальные коды торжества, триумфа, экспансии субъективного «я» в зону абсолютного признания. Жесты, мимика, телесная пластика атлетов после победы приобретают статус культурных знаков, фиксирующих концепт на неверbalном уровне.

Не меньший интерес вызывает и прагматический аспект использования языковых средств, выражающих концепт «victory». Очевидно, что подобный лексический выбор направлен не только на информирование, но и на Дневник науки | [www.dnevniknauki.ru](http://www.dnevniknauki.ru) | СМИ ЭЛ № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

формирование эмоционального отклика читателя [3, с.21]. Экспрессивная насыщенность, образность, насыщенность речевыми клише и метафоремами создают у реципиента ощущение сопричастности, включенности в нарратив. Таким образом, «victory» предстает как коллективное переживание, как символическая компенсация или манифестация ценностей, актуальных для общества в конкретный историко-культурный момент. В этом смысле можно говорить о ритуализации победы, о ее превращении в медиатизированный акт, имеющий ярко выраженное идеологическое измерение [2, с.90].

Функционально-стилистический анализ конкретных публикаций издания "Sports Illustrated" позволяет выявить устойчивые синтаксические и лексические конструкции, служащие маркерами концепта «victory». Прежде всего, это парадигма эпитетов, характеризующих победу не столько в терминах результата, сколько в терминах пути: *long-awaited, well-deserved, hard-earned*. Такой подход акцентирует внимание не на финале, а на процессе, подчеркивая труд, жертвы, эмоциональные коллизии, сопровождающие победу. Важно, что в нарративах часто доминирует фигура героя – спортсмена, тренера, команды, проходящего через цепь испытаний, что коррелирует с универсальной архетипической структурой мономифа [11, с. 45]. В этом плане языковое выражение концепта «victory» в спортивной журналистике сближается с эпическим дискурсом.

Кроме того, в текстах «Sports Illustrated» наблюдается активное использование глагольных конструкций, интенсифицирующих динамический аспект победы. Такие глаголы, как *claim, seize, snatch, grasp* вносят в семантику концепта элементы борьбы, стремительности, неожиданности. Особенno характерна глагольная конструкция с прямым дополнением: *the team seized victory, they grasped the opportunity to win*. Здесь победа не дается, а берется, добывается, что подчеркивает активность субъекта и его целенаправленность. В лексическом составе прослеживается также и эмоциональная окраска,

выражаемая через такие элементы, как *ecstatic win*, *breathtaking victory*, где эпитеты не столько описывают, сколько переживают победу [4, с.85].

Интересно отметить, что в рамках спортивного нарратива концепт «victory» приобретает также и символическое измерение. Победа может интерпретироваться как восстановление справедливости, как реализация исторической миссии, как возвращение к норме. Особенно это проявляется в описаниях побед после длительных периодов неудач, когда «victory» маркируется как *redemption* или *resurgence*. Такая семантическая нагрузка подчеркивает культурную значимость спортивных событий как модели социальных процессов. В этом аспекте спортивная победа может быть метафорой национального триумфа, индивидуального успеха вопреки обстоятельствам или коллективного единства в моменты кризиса [2, с. 113].

Рассмотрим несколько показательных примеров. В статье, посвященной победе сборной США по женскому футболу на чемпионате мира, журналист пишет: *They clawed their way through adversity, lifting the trophy with unwavering pride*. Здесь глагольная конструкция *clawed their way* актуализирует образ борьбы, почти животной, инстинктивной, демонстрируя победу как результат напряженного, упорного преодоления. Победа мыслится не как случайность, а как итог неукротимого стремления, настойчивости и веры в себя. Визуальное сопровождение статьи усиливает этот эффект: изображение команды в момент поднятия кубка – руки подняты, лица сияют, тела в движении – становится квинтэссенцией коллективного триумфа [12, с.74].

В другой публикации, освещющей возвращение знаменитого бейсболиста после травмы, автор отмечает: *His comeback was a quiet, resolute march toward redemption – and victory sealed it*. Здесь «victory» выступает как финальная точка, как метафизическое воздаяние за страдания, как акт восстановления утраченного равновесия. Победа маркируется как *redemption*, что указывает на наличие глубинной моральной составляющей. Лексика нарратива предельно насыщена эмоциями: *quiet*, *resolute*, *sealed* – каждое слово

несет в себе вес судьбоносного действия, создавая образ победы как сакрального завершения пути героя.

### **Заключение**

Результаты проведённого исследования позволили выявить характерные лингвистические стратегии репрезентации концепта «victory» в спортивном медиадискурсе на материале публикаций журнала «Sports Illustrated». Победа в этом контексте предстает не просто как обозначение спортивного успеха, но как сложное культурное и идеологическое явление, вербализуемое с помощью целого спектра языковых средств – от образной метафорики до эмоционально насыщенных эпитетов и глагольных конструкций с выраженной экспрессией. Применение когнитивного и дискурсивного подходов позволило проследить, как посредством лексики и синтаксиса формируется устойчивый нарратив, в котором победа предстает как результат не только физического, но и морального, символического преодоления.

Анализ также показал, что концепт «victory» тесно связан с архетипическими моделями героизма, преодоления, жертвы и вознаграждения, что указывает на мифологизированную природу спортивного нарратива в американской культуре. Важным аспектом является и то, что лингвистическое оформление победы выполняет не только описательную, но и социальную функцию, формируя у аудитории чувство сопричастности, патриотизма и коллективной гордости. Тем самым победа становится не просто фактом, но актом культурного производства смысла.

Таким образом, концепт «victory» в спортивной журналистике, представленной на примере «Sports Illustrated», можно рассматривать как репрезентант ценностей и идеалов англоязычного социума, средство символического утверждения идентичности, а также мощный инструмент воздействия на общественное сознание через медиатексты. Дальнейшее изучение подобных концептов позволит углубить представления о природе

медиального дискурса и механизмах когнитивной интерпретации социальной реальности средствами языка.

### **Библиографический список:**

1. Грамма Д. В., Филистова Н. Ю. Концептуальная основа спортивного дискурса на материале англоязычных газетных статей // Litera. 2019. № 1. С. 49–60.
2. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем / пер. с англ. М. А. Жеребцовой. – М.: Едиториал УРСС, 2004. – 256 с.
3. Кубрякова Е. С. Язык и знание. На пути получения знаний о языке: части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – 560 с.
4. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.
5. Сабельникова Е. А. Анализ концепта "футбол" в современном англоязычном спортивном дискурсе // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Гуманитарные науки. 2022. № 8. С. 145–148.
6. Селиванова О. А. Современная лингвистика: терминологическая энциклопедия. – Полтава: Довкілля, 2006. – 716 с.
7. Филиппова С. В., Ларионов Ф. Ф. Атрибутивные признаки образа победителя в англоязычном спортивном дискурсе // Мир науки, культуры, образования. 2020. № 5 (84). С. 373–375.
8. Charteris-Black J. Corpus Approaches to Critical Metaphor Analysis. – New York: Palgrave Macmillan, 2004. – 278 p.
9. Kövecses Z. Metaphor in Culture: Universality and Variation. – Cambridge: Cambridge University Press, 2005. – 203 p.
10. Beard A. The Language of Sport. — London: Routledge, 1998. — 142 p.

11. Maguire J. Global Sport: Identities, Societies, Civilizations. – Cambridge: Polity Press, 1999. – 240 p.
12. Wenner L. A. MediaSport. – London: Routledge, 1998. – 336 p.
13. Hardin M., Whiteside E. Sports, Media and Society. – New York: Peter Lang, 2009. — 320 p.
14. Hunt K., Bristol T. Sports Illustrated and the Mythology of Victory // Journal of Sports Media. – 2015. – Vol. 10, No. 2. – P. 23–45.
15. Billings A. C. Sports Media: Transformation, Integration, Consumption. – New York: Routledge, 2011. – 312 p.

*Оригинальность 80%*