

Занозина Влада Вадимовна

К ВОПРОСУ О ЛИНГВИСТИЧЕСКОМ СТАТУСЕ СОСТАВЛЯЮЩИХ ВОКАБУЛЯРА ПОДЪЯЗЫКА ФУТБОЛЬНЫХ КОММЕНТАТОРОВ

Данная статья затрагивает вопрос изучения специфики деятельности профессиональной группы людей, а именно работы английских спортивных комментаторов. Как и в любом другом специальном языке, в языке спортивных комментаторов вокабуляр содержит два пласта лексических единиц: термины и профессионализмы, которые различаются по содержащемуся в них аксиологическому компоненту. В данной статье мы предприняли попытку привести примеры английских профессионализмов из области футбола, чтобы проанализировать их с точки зрения семантики и стилистики.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2016/4-1/27.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2016. № 4(58): в 3-х ч. Ч. 1. С. 91-93. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2016/4-1/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

УДК 811.11

Данная статья затрагивает вопрос изучения специфики деятельности профессиональной группы людей, а именно работы английских спортивных комментаторов. Как и в любом другом специальном языке, в языке спортивных комментаторов вокабуляр содержит два пласта лексических единиц: термины и профессионализмы, которые различаются по содержащемуся в них аксиологическому компоненту. В данной статье мы предприняли попытку привести примеры английских профессионализмов из области футбола, чтобы проанализировать их с точки зрения семантики и стилистики.

Ключевые слова и фразы: профессиональный язык; подъязык; термин; профессионализм; жаргон; книжная лексика; разговорная лексика; функциональный стиль.

Занозина Влада Вадимовна

Московская гуманитарно-техническая академия

Daffodil22@yandex.ru

К ВОПРОСУ О ЛИНГВИСТИЧЕСКОМ СТАТУСЕ СОСТАВЛЯЮЩИХ ВОКАБУЛЯРА ПОДЪЯЗЫКА ФУТБОЛЬНЫХ КОММЕНТАТОРОВ

Специфика деятельности спортивных комментаторов, как впрочем, и любой другой профессиональной группы людей, состоит в том, что их вокабуляр содержит специфический пласт языковых единиц, которые идентифицируют их язык как специальный подъязык. В профессиональной речи спортивных комментаторов особого внимания заслуживают две группы лексических единиц: термины и профессионализмы.

В лингвистической стилистике понятие «подъязык» соотносится с терминологическими понятиями «профессиональная речь», «профессиональный язык», «жаргон», поэтому необходимо уточнить каждое из них, с тем, чтобы разграничить их и выявить особенности каждого. Академик Д. С. Лихачев, анализируя профессиональную речь, утверждал, что «в ряде работ недифференцированно употребляются термины “профессиональная речь” и “профессиональный язык”» [5]. По сравнению с этими понятиями, термин «жаргон» имеет более широкое значение, так как он подразумевает социально обусловленные стилистические или лексические особенности речи, присущие определенной социальной группе, объединенной общим профессиональным, социальным, возрастным фактором. В качестве уточнения следует отметить, что понятие «профессиональный жаргон» так же, как понятия «подъязык», «профессиональная речь» и «профессиональный язык» обозначают совокупность языковых средств выражения, встречающихся в речи специалистов одной профессиональной группы. В данном случае такой профессиональной группой являются представители масс-медиа (или массмедиа) – спортивные комментаторы.

При анализе профессиональной речи спортивных комментаторов возникает проблема статуса специфических лексических единиц, используемых специалистами данной сферы человеческой деятельности. Проблема заключается в том, считать ли функционирующие в ней языковые единицы терминами или профессионализмами, каковы дифференциальные признаки каждой из этих групп единиц и что общего между ними. Большое внимание уделено данной проблеме в работе Н. К. Гарбовского [2]. Этот автор уделил большое внимание изучению вопроса сопоставительной стилистики профессиональной речи.

Обе группы лексических единиц: профессиональные термины и профессионализмы являются специальными наименованиями, обозначающими понятия, которые используются в профессиональной деятельности человека. Схожим признаком обеих групп является их функционирование в речи спортивных комментаторов, при этом термины являются кодифицированными единицами языка, поскольку они зафиксированы в специальных словарях, а профессионализмы используются в устной речи представителей данной профессиональной группы и не отражены в тезаурусах. Так, А. В. Калинин относит профессионализмы к той же группе лексических единиц, что и термины, имеющие в словаре помету «спец.». Но при этом он называет термин «официальным кодифицированным названием», а профессионализм – «полуофициальным названием» [3, с. 134-140].

С точки зрения статуса в языке, термины относятся к научному подстилю книжного функционального стиля литературного языка. Выполняя номинативную и дефинитивную функции в языке, термины всегда точны, однозначны и лишены эмоционально-оценочных экспрессивных оттенков. Профессионализмы же, напротив, не имеют четкого места в системе языка и рассматриваются как синонимичные варианты терминов, используемые в устной речи той же профессиональной группы. Таким образом, различие между терминами и профессионализмами обусловлено именно сферой их употребления. Этими же соображениями обусловлены словарные пометы: «науч.» для терминов, и «проф. жаргон» для профессионализмов.

Общим для терминов и профессионализмов является именно то, что эти обе группы слов или словосочетаний имеют в языке ограниченное употребление: они используются именно в профессиональной сфере деятельности, не зависящей от социальных, возрастных или каких-либо иных условий. В отличие от русского термина «профессиональный жаргон» в английском языке термин «jargon» означает «words or expressions that are used by a particular profession or group of people and are difficult for others to understand» [7, p. 828] / «слова или словосочетания, которые используются людьми определенной профессии и непонятны для других людей». Это определение подразумевает ограниченную сферу функционирования жаргонных слов и фраз

в языке. Однако, помета «неодобр.» свидетельствует о сниженном регистре этих лексических единиц с точки зрения аксиологии, предполагающей оценку и отношение участников коммуникации к предмету общения. Как правило, носитель языка всегда чувствует скрытую оценку на уровне семантики и избегает нежелательного употребления неподходящих слов и выражений в несоответствующей обстановке, если это не является намеренным использованием в целях создания стилистического, либо юмористического эффекта, например, в художественной литературе или в определенной ситуации общения. В иностранном языке, напротив, ингерентная (неотъемлемая или внутренняя) оценочность, то есть оценка, закрепленная на уровне семантики слова, не всегда очевидна. Именно поэтому очень часто приходится обращаться к словарю, чтобы выяснить сферу употребления той или иной лексической единицы. Оценочная лексика как способ выражения отношения чаще всего встречается в разговорной речи, где соблюдение стандартов и норм кодифицированного языка не является обязательным, что подтверждает тот факт, что профессиональный жаргон является прерогативой разговорной профессиональной речи. Таким образом, получается, что профессионализмы и жаргонизмы это практически эквивалентные понятия, которые тесно соприкасаются друг с другом, поскольку обе эти группы единиц, в отличие от терминов, используются в разговорной речи, но в русской терминологии жаргонизмы находятся в более сниженном регистре разговорной речи, чем профессионализмы.

Разбирая особенности вокабуляра спортивного комментария, важно отметить главную его характеристику: это вид устного публицистического текста, который не фиксируется в письменной форме, поэтому в нашем распоряжении оказываются лексические единицы, которые в профессиональной речи мы воспринимаем только на слух. Можно попробовать соотнести устную форму спортивного комментария с живой разговорной речью. В связи с чем, интересным является одновременное использование и терминологической лексики, и профессионализмов в живой неподготовленной речи спортивных комментаторов.

Традиционные футбольные жаргонные лексические единицы знакомы многим, кто когда-либо вслушивался в спортивный комментарий на английском языке. Любое жаргонное слово или выражение, которое встречается в речи спортивного комментатора, существует как эквивалент термина, закрепленного в словаре. Приведем примеры случаев использования некоторых профессионализмов из английских футбольных комментариев. Каждый футболист когда-либо мечтал стать чемпионом / «a champion» со своей командой (или «*lifting the silverware*» / поднять над головой серебряный кубок, который вручают команде-победительнице по окончании каждого сезона). Возможно, слово «*lifting*» может быть интерпретировано как момент отнимания «*stealing*» кубка у своих соперников. Но прежде чем выиграть кубок, игроки должны оказаться в основном составе команды («*get into the team*») («*be in the starting line-up*»), то есть оказаться среди 11 футболистов, которые выходят на поле и выстраиваются в линию перед началом матча), иначе они будут считаться запасными «*substitutes*», что иногда звучит как «*be on the bench*» / когда футболисты сидят на скамейке и ждут вызова тренера. Некоторые футболисты называются «*supersub*» / суперзапасной в том случае, если при выходе на замену, они всегда забивают гол. Решение о попадании игроков в основной состав принимает главный тренер в соответствии с выбранной тактикой игры «*manager's tactics*» («*formation*») или расстановкой игроков на поле на основании их амплуа). Среди общеизвестных названий амплуа защитник / «*defender*», полузащитник / «*midfielder*», нападающий / «*forward*» и вратарь / «*goalkeeper*» в речи комментаторов встречаются такие эквиваленты, как «*a sweeper*» / центральный защитник, «*a skipper*» / капитан, «*a goalie*» / вратарь, «*a back four*» / линия защиты, «*a striker*» / нападающий. Игроки на поле могут пасовать друг другу мячи / «*pass the ball*», а могут делать короткие передачи / «*play a one-two*». Нападающие могут забивать голы, а могут «*bury / hammer the ball home*», иными словами, похоронить мяч или заколотить мяч в ворота. Слова добавляют эмоциональности моменту в комментарии в связи с тем, что передается сила, мощь и необратимость, с которой футболисты забивают гол. В случае нарушения / «*foul*» игрок может быть предупрежден карточкой желтого или красного цвета в зависимости от серьезности ошибки («*be yellow-carded or red-carded*»), а может быть удален с поля («*sent off*» или «*headed for an early bath*» / заранее отправлен в раздевалку). Выражение определенно содержит сарказм в адрес игрока, которого заранее отправляют с поля, чтобы он принял душ и, возможно, остудил свои пылы или обдумал свои ошибки. Счет матча также определяет манеру игры футболистов, поскольку они могут бороться за гол, чтобы сравнять счет / «*equalize / get the equalizer*» и сыграть вничью, или ждать дополнительного времени / «*overtime*» («*injury time*»), которое добавляется к основному времени матча из-за возможных пауз во время матча на помощь травмированным игрокам).

Получается, что понятия *lifting the silverware*, *be on the bench*, *supersub*, *a formation*, *a striker*, *a skipper*, *a back four*, *a sweeper*, *play a one-two*, *bury / hammer the ball home*, *be yellow- / red-carded*, *head for an early bath*, *equalize / get the equalizer*, *injury time* etc. являются примерами использования профессионализмов в речи английских спортивных комментаторов. Некоторые профессионализмы как единицы с аксиологической коннотацией содержат определенную оценку действий спортсменов, судейства или общую оценку спортивного события и в корне отличаются от терминов, которые по своей природе являются стилистически нейтральными. Не каждый термин имеет эквивалент, поэтому количественно объем терминов значительно преобладает над профессионализмами. Несмотря на то что принято считать профессионализмы словами, которые используются специалистами какой-либо профессиональной сферы в живой разговорной речи, в спортивном комментарии и термины, и профессионализмы существуют рядом. Более того, спортивный комментарий – это устная форма проявления подъязыка журналистов, поэтому неизбежно термины оказываются специфической особенностью не письменной, а устной профессиональной речи. Но в этом случае проблематичным оказывается дифференциация обеих групп этих лексических единиц. И единственным возможным способом их различения становится словарь, который помогает определять регистровую отнесенность слова с помощью помет.

Все вышеизложенное позволяет нам сделать следующий вывод. Спортивный комментарий по своей сути является разновидностью устного публицистического речевого жанра, в котором используются гетерогенные элементы: как стилистически окрашенные (профессионализмы и жаргонизмы), так и специальные термины. Но факт присутствия этих элементов одновременно в речи спортивных комментаторов делает их подъязык не только специально-ориентированным, но и живым, звучащим эмоционально и ярко, что не может не делать его приятным, доступным и узнаваемым для всех категорий граждан, интересующихся футболом.

Список литературы:

1. **Арнольд И. В.** Лексикология современного английского языка: учебное пособие. Изд-е 2-е, перераб. М.: Флинта; Наука, 2012. 376 с.
2. **Гарбовский Н. К.** Сопоставительная стилистика профессиональной речи. М., 2009. 144 с.
3. **Калинин А. В.** Лексика русского языка: учебное пособие. Изд-е 2-е, перераб. М.: МГУ, 1978. 187 с.
4. **Краснова И. Е., Марченко А. Н.** О некоторых проблемах профессиональной речи в социолингвистическом освещении // Теоретические проблемы социальной лингвистики. М.: Наука, 1981. С. 73-76.
5. **Лихачев Д. С.** Арготические слова профессиональной речи // Развитие грамматики и лексики современного русского языка. М., 1964.
6. **Терехова В. С.** Специальная лексика в языке газеты. Л., 1982.
7. **Oxford Advanced Learner's Dictionary.** Oxford: Oxford University Press, 2010.

**ON THE LINGUISTIC STATUS OF THE VOCABULARY COMPONENTS
OF THE FOOTBALL COMMENTATORS' SUBLANGUAGE**

Zanozina Vlada Vadimovna

Moscow Humanitarian-Technical Academy

Daffodil22@yandex.ru

The article is devoted to studying the specifics of professional activity, in particular, the work of the English sport commentators. As in any special language, in the sport commentators' language the vocabulary contains two strata of lexical units: terms and professionalisms which are differentiated according to the included axiological component. The author provides examples of the English professionalisms from the sphere of football with a view to analyze them from the viewpoint of semantics and stylistics.

Key words and phrases: professional language; sublanguage; term; professionalism; jargon; bookish vocabulary; colloquial vocabulary; functional style.

УДК 81-112

В статье рассматривается специфика представления вербального сообщения в англоязычной социальной рекламе с помощью цветowych знаков – колоративов. Цветовые знаки считаются одним из важнейших компонентов креолизованных текстов. Выделен ряд функций, выполняемых цветом, выявлены часто употребляемые цветовые знаки в социальной рекламе, рассмотрена их семантика. Цвет в креолизованном тексте, имея собственную семантику и функции, участвует в выполнении семиотической единицы коммуникативного задания.

Ключевые слова и фразы: социальная реклама; креолизация; невербальные знаки; колоративы; семиотика.

Зубкова Маргарита Сергеевна

Волгоградский государственный университет

evstif@inbox.ru

ЦВЕТООБОЗНАЧЕНИЕ В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ

Социальная реклама как особая форма социальной коммуникации имеет существенное значение для репрезентации и трансляции позитивного духовного опыта. В ее плакатах и роликах находят отражение фундаментальные социальные и духовно-нравственные ценности, предлагаются модели стилей жизни и стереотипов поведения в типизированных ситуациях. При этом осуществляется апелляция к нормативным ориентациям, разделяемым большинством членов общества. Язык социальной рекламы позволяет представить и транслировать самые разнообразные ценности. Предполагается, что восприятие продукции социальной рекламы должно вызывать эмоциональные переживания, последующий выбор личностных образцов, изменения в системе мировоззренческих установок и, далее, поведенческих моделей [2].

Форма представления вербального сообщения в социальной рекламе становится более репрезентативной с помощью графических образов – шрифтового и цветового символизма, – представляющих группу невербальных знаков, участвующих в семиотической репрезентации смысла рекламы в качестве средств его креолизации. Как указывают ученые, эти знаки оказывают существенное влияние на подсознание реципиента, поскольку