

КОММУНИКАТИВНАЯ СПЕЦИФИКА АЛЛЮЗИВНЫХ ФИГУР РЕЧИ В ПРОСТРАНСТВЕ СПОРТИВНОГО МЕДИАДИСКУРСА

COMMUNICATIVE SPECIFICITY OF ALLUSIONS IN SPORTS MASS MEDIA DISCOURSE

Е.И. Стефановская

E. Stefanovskaya

Белорусский государственный университет
Минск, Беларусь

Belarusian State University
Minsk, Belarus

E-mail: stefanovskayak@gmail.com

Стиль жизни членов социума в современном мире существенно изменился, что связано в первую очередь с изменением типа самого социума. XXI век считается эпохой информационных технологий, главной ценностью которого является информация, а важнейшей сферой деятельности – добыча, обработка, интерпретация и хранение информации. Эти приоритетные направления находят свое наиболее полное отражение в функционировании основных коммуникативных посредников – СМИ.

СМИ с момента их появления являются надёжным и важнейшим транслятором актуальной информации из всех сфер человеческой деятельности, и спорт не является исключением. Именно через СМИ раскрывается значимость различных социальных институтов, в том числе спорта и физического воспитания. Важнейшая роль спорта в контексте рассмотрения жизни социума является своего рода стимулом для его изучения не только в традиционных спортивных дисциплинах (спортивный менеджмент, спортивное право, методика физического воспитания, история и эволюция физического воспитания и спорта), но и в ряде гуманитарных дисциплин, таких как социология, культурология, политология и даже лингвистика.

Спортивный дискурс (СД), функционирующий исключительно в пространстве массмедийной коммуникативной платформы, обладает множеством отличительных черт, к которым, наряду с активным

взаимодействием и слиянием с другими видами дискурса, информационной насыщенностью и доступностью изложения, содержанием большого числа статистических данных, относятся повышенная эмоциональность и экспрессивность.

Одной из важнейших тенденций, способствующих достижению повышенной эмоциональности и экспрессивности современного СД, является метафоризация. Метафорические обороты речи, давно ставшие объектами изучения не только лингвостилистики, но и когнитивистики, сегодня рассматриваются не только как особые средства художественной выразительности, но и как универсальные когнитивные механизмы, особые ментальные конструкты, инструменты структурирования и объяснения явлений окружающего мира, активно участвующие в процессе образования системы концептов у носителя языка.

Декодирование заложенного в метафорическое образование смысла далеко не всегда предстает простой задачей, что связано с вариативностью «прочтения» смысла того или иного метафорической фигуры ввиду неодинаковых структур сознания реципиентов. Понять метафорический оборот – это значит «разгадать, какие из свойств обозначаемого объекта выделяются в нем и как они поддерживаются за счет ассоциативного комплекса, имплицитного основным и вспомогательным объектами метафорического оборота» [4, с. 48], найти известный образ, который каким-либо образом связан с нашими ассоциациями, ощущениями, воспоминаниями и переживаниями, для того, чтобы стало возможным осмыслить образ, который нам плохо известен и мало понятен.

Выступающая одним из типов метафорического переноса на основе механизма ассоциирования (метафорическим оборотом речи), аллюзия представляется одним из самых изящных элементов образной выразительности в спортивной риторике.

Как и многие другие стилистические приемы аллюзия предстает неоднозначно во множестве ее определений. Согласно определению авторов «Словаря литературоведческих терминов», аллюзия – это «сознательный авторский намек на общеизвестный литературный или исторический факт, а также известное художественное произведение» [2, с. 84], И.В. Арнольд определяет аллюзию как «стилистическую фигуру референциального характера, опирающуюся на экстралингвистические пресуппозиции говорящего и слушающего» [1, с. 89], а И.Р. Гальперин отмечает, что аллюзия – это «средство расширенного переноса свойств и качеств мифологических, библейских, литературных, исторических и др. персонажей и событий

на те, о которых идет речь в данном высказывании» [3, с. 110].

Через перенос свойств и качеств некоего объекта, который является аллюзивным образом, продуцент высказывания побуждает реципиента, как и в процессе вскрытия метафоры, обратиться к своим воспоминаниям, ассоциациям, переживаниям, ощущениям и т.д., которые в той или иной мере связаны с данным образом.

В нашем исследовании мы попытались проанализировать функционирование аллюзий в англоязычном (АЯ) и русскоязычном (РЯ) СД, раскрыть их образный, экспрессивный и оценочный потенциал. Важно отметить, что функционирование аллюзий было выявлено нами преимущественно в РЯ СД. Метод направленной выборки позволил сформировать экспериментальный корпус из 108 аллюзий, использовавшихся в РЯ СД, и корпус из 11 аллюзивных единиц, обнаруженных в пространстве АЯ СД.

Наиболее эксплуатируемым источником аллюзивных образов в спортивной риторике является **культура** во всех ее проявлениях. Так, в примере *«На самом деле случился катаклизм глобального масштаба, доказывающий факт червевости всего футбольного яблока раздора»* из РЯ спортивной статьи присутствует аллюзия как отсылка к древнегреческому мифу о золотом яблоке, на котором было написано «прекраснейшей» и которое было подброшено Эридой на свадьбе Пелея и Фетиды, что и стало причиной ссоры Геры, Афины и Афродиты.

В АЯ СД литература как сфера экспансии аллюзивного образа была зафиксирована в заголовке к статье на спортивную тематику *«BEAUTY & THE BEAST»*, отсылающем нас к сказке «Красавица и чудовище» (Beauty and the Beast) Ш. Перро.

Примером использования области **кинематографического искусства** в качестве источника отсылочных образов является следующее замечание спортивного комментатора: *«И сейчас туго придется, я думаю, поклюкским муравьям, кротам и другим обитателям дешевых мест, которые сделали все, чтобы Беатрикс сегодня проиграл. Как было в фильме Эльдара Рязанова – ‘понаставили капканов’!»*. В настоящем комментарии обнаруживается аллюзивная отсылка к знаменитому советскому фильму Э. Рязанова «Берегись автомобиля».

Сфера кино эксплуатируется и АЯ спортивными журналистами для построения ярких аллюзивных фигур речи. Так, в заголовке *«CATCH ME IF YOU CAN»* присутствует легко узнаваемая ссылка на американскую детективную трагикомедию «Поймай меня, если сможешь» (Catch me if you can).

Поставщиком аллюзивных образов является и сфера **музыкального искусства**. Так, в спортивном комментарии «Фуркад буквально пел: “Я так хочу, чтобы лето не кончалось, чтоб оно за мной умчалось, за мною след...”», имея в виду биатлонный сезон – так понравилось ему выступать» аллюзивный образ был позаимствован из песни примадонны российской эстрады А. Пугачевой «Звездное лето».

В АЯ СД музыкальная композиция «Sorry seems to be the hardest word» группы Blue стала источником аллюзивного образа в спортивном заголовке «*Goodbye seems to be the hardest word*». Стоит отметить следующую трансформацию: слово ‘sorry’ заменено на слово ‘goodbye’ для достижения эффекта наибольшей выразительности и наиболее точной передачи сложившейся комментируемой спортивной ситуации.

Сферой экспансии отсылочных образов могут выступать **политика** и **экономика**, примером чего является комментарий «Я понимаю, когда Фуркад высказывает своё мнение: он номер один и такими темпами скоро будет судьбу Сирии решать». В отмеченном примере присутствует отсылка на злободневную политическую ситуацию, в которой сильнейшие мировые державы пытаются разрешить Сирийский конфликт, однако, на данный момент безуспешно.

Политика и экономика выступают сферой заимствования аллюзивного образа в статье, посвященной состоянию современного пауэрлифтинга, конкуренция между Востоком и Западом в котором пропала вместе с падением «железного занавеса»: “*There was no one to root against,*” Matt Futterman wrote last month in *The Wall Street Journal*, lamenting the parting of the Iron Curtain for international sport. В данном примере обнаружена отсылка к политико-экономической ситуации, когда во времена холодной войны СССР и другие социалистические страны были изолированы от капиталистических стран Запада «железным занавесом», представлявшим собой информационный, политический и пограничный барьер.

Образцом исторической аллюзии может служить замечание спортивного комментатора «*Французы сегодня неубедительны, как при форсировании Березины*», в котором отмечена отсылка к сражению на Березине во время переправы реки Наполеоном в ходе Отечественной войны 1812 года.

Примером эксплуатации истории как источника аллюзивного образа является следующий отрывок статьи спортивной тематики: *The Warm-Up: They came, they saw, they collapsed*. В данном случае наблюдается аллюзивная отсылка к фразе римского императора Юлия Цезаря «Пришёл, увидел, победил» (в оригинале (на латинском) – *veni, vidi,*

vici), которая была написана на доске, которую несли в триумфальном шествии Цезаря в Рим.

Источником аллюзивных образов может быть и собственно спорт, вследствие чего можно утверждать, что существуют и сугубо спортивные аллюзии, в которых прецедентными ситуациями выступают тот или иной чемпионат, состязание, бой, матч и т. п. Так, в замечании спортивного комментатора о победе Е. Юрьевой «*Смотрите футболисты московского «Спартака, как надо выигрывать»*» имеет место отсылка на плохую результативность футболистов «Спартака», которые могут только мечтать забивать голы с такой легкостью и точностью, как выигрывает гонки биатлонистка Е. Юрьева.

В РЯ СД было зафиксировано использование абсолютно всех сфер деятельности социума в качестве источников образа для построения аллюзии. Доминирующей областью экспансии образов является культура во всех ее проявлениях (88 из 108 единиц) (в особенности литература – 48 примеров). Наименее репрезентативной сферой заимствования образов выступили политика и экономика (4 из 108 единиц).

Следует отметить тот факт, что в проанализированных нами АЯ аллюзиях не было зафиксировано ни одного примера эксплуатации спортивной сферы как источника построения аллюзии в спортивной риторике. Наиболее репрезентативными областями экспансии образа выступили литература (3 из 11 примеров) и кинематограф (также 3 случая). Сфера «политика и экономика» была представлена единичным примером.

Таким образом, можно заключить, что источником аллюзивных образов может стать любая сфера человеческой деятельности: культура во всем богатстве направлений ее проявления (кино, литература, музыка), политика, экономика, спорт, а также иные сферы жизни и деятельности людей. Важнейшей функцией спортивных аллюзий является пристрастная оценка тех или иных аспектов спортивного противостояния.

ЛИТЕРАТУРА

1. Арнольд, И.В. Импликация как прием построения текста и предмет филологического изучения / И.В. Арнольд // Вопросы языкознания. – 1982. – № 4. – С. 83–91.
2. Белокурова, С.П. Словарь литературоведческих терминов / С.П. Белокурова. – СПб., 2005. – 320 с.
3. Гальперин, И.Р. Текст как объект лингвистического исследования / И.Р. Гальперин. – М.: Наука, 1981. – 144 с.

4. Телия, В.Н. Метафора как модель смыслопроизводства и её экспрессивно-оценочная функция / В.Н. Телия // Метафора в языке и тексте. М.: Наука, 1988. – С. 26-52.