

стов. В свою очередь, сам медиатекст подразделяется на рекламный текст, имеющий собственный набор эффективных языковых средств. Внимательно изучив примеры текстов приглашений о подключении к молодежным программам студенческих движений в университетах Австралии, мы можем сделать вывод, что данные тексты содержат языковые и стилистические приемы, характерные для рекламного типа текстов, доказавшие свою эффективность в привлечении целевой аудитории.

Литература

1. Антонова Л.Г. Медиатексты в современной массовой коммуникации / Л. Г. Антонова. Ярославль: Ярославский педагогический вестник, 2011. С. 275-278.
2. Большакова Л.С. О содержании понятия «поликодовый текст» // Вестник Самарского гос. университета. 2008. № 4 (63). С. 19–24.
3. Козиолова Е.И. Стилистические, лексические и грамматические особенности русскоязычной, молодежной, коммерческой рекламы (на материале печатных изданий для женщин) / Е. И. Козиолова. – Текст : непосредственный // Молодой ученый. – 2013. № 9 (56). С. 451-453.
4. Кувычко А.А. Риторика российских медиа, освещающих взгляд русской православной церкви на вопросы материнства // Медиариторика и современная культура общения: наука-практика-обучение: сб. статей / Гл. ред. В. И. Аннушин. - Москва, 2019. С.135-140.

*Д.К. Козырев (Россия, Самара)
Научный руководитель Н.В. Панина*

ОСОБЕННОСТИ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ КАТЕГОРИИ ЭМОТИВНОСТИ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ СПОРТИВНОМ ДИСКУРСЕ

В статье обосновывается значимость категории «эмотивность» и выявляются способы ее выражения в рамках англоязычного спортивного дискурса. Автор анализирует примеры эмотивов, представленные в репортажах фигурного катания, и классифицирует их на эмотивы-номинативы, эмотивы-экспрессивы и эмотивы-ассоциативы. Выявляются причины наибольшей частотности группы эмотивов-экспрессивов: они позволяют выразить не только эмоции говорящего, но и его отношение к событиям, которые описываются в рамках спортивного дискурса.

Ключевые слова: *англоязычный спортивный дискурс, эмотивность, эмотивы-номинативы, эмотивы-экспрессивы, эмотивы-ассоциативы.*

Спортивный дискурс представляет собой целый комплекс текстов, способных возникнуть под влиянием «экстралингвистических, прагматических, социокультурных и других факторов и объединённых единой тематикой» [2, с. 340]. В настоящей статье спортивный дискурс рассматривается не только с точки зрения предоставления фактического материала и выполнения информативной функции, являющейся основной, но и не менее важной эмотивной функции.

Проиллюстрируем сочетание категорий информативности и эмотивности на примере речи комментатора на канале Евроспорт 2, который эмоционально говорит о сложности исполнения каскада (комбинации) тройного Сальхова и тройного Риттбергера: «a very difficult combination Salchow and Loop...» [4]. В данном примере обратим внимание на обстоятельство меры и степени, выраженное наречием «very», которое привносит дополнительную степень оценочности и экспрессивности наряду с центральным в нашем анализе компонентом эмотивности, что позволяет зрителям ощутить отношение комментатора к происходящим на спортивной арене событиям.

В рамках анализа были также выявлены лексические единицы, содержащие в себе черты как эмотива, так и средства передачи определённой информации. Так, в 2017 году на чемпионате мира комментатор, работающий над репортажем, не мог не упомянуть о том, что 4 года назад российская фигуристка Евгения Медведева была на верхней ступени каждого пьедестала почёта и была действительно непобедима на тот период времени – «unbeaten» [3]. Такой ёмкий и по-настоящему точный эпитет был подобран комментатором и для информирования зрителей о том, что в своё время Евгения была самой сильной спортсменкой на протяжении длительного периода времени, и для выражения его собственной эмоциональной оценки по отношению к этой информации.

Анализируя эмотивы и эмотивность, мы обращаемся к трёхчастной классификации эмотивов Л. Г. Бабенко, которая выделяет эмотивы-номинативы, отвечающие за «лексику эмоций» и включающие те выражения, в значениях которых присутствуют «понятия об эмоциях»; эмотивы-экспрессивы, лексика которых отражает как эмоции самого говорящего, так и чувственное отношение к объекту номинации; и эмотивы-ассоциативы, чьи эмотивные оттенки можно выявить и определить по контексту [1, с. 53].

Эмотивы-номинативы состоят из лексики, в состав которой включены слова и выражения, называющие определённые чувства и эмоции. В нашей выборке эмотивы-номинативы составляют 29,5%. Например, в репортажах встречаются такие слова, как «love», «feeling», «passion», «awe» и другие. Так, комментатор канала NBC после отличного проката американского фигуриста Нэтана Чена заявил, что находился в некотором благоговении перед профессионализмом спортсмена: «I'm still in awe of what Nathan Chen is able to do» [5].

Лексика, представленная эмотивами-экспрессивами, оказалась наиболее частотной в исследуемом материале (51% от выборки). Слова и выражения, вошедшие в данную группу, позволяют проследить передаваемые эмоции говорящего и его отношение, в нашем случае, к окружающей его спортивной действительности. К этому типу относятся следующие лексические единицы: «marvelous», «perfect», «impressive/impressively», «crackling», «immaculate», «great», «supercharged», «amaze/amazing», «incredible», «unbelievable», «insane», «startling» и другие.

Обратимся к примеру того, каким образом комментатор телеканала Евроспорт 2 не смог обойти стороной выступление одного из сильнейших фигури-

стов настоящего времени американца Нэтана Чена на ЧМ-2019. По завершении исполнения программы американского спортсмена комментатор признаётся, что данный прокат произвёл на него ещё большее впечатление, чем тот, с которым фигурист выиграл ЧМ в 2018 году: «...*Well, it's just mind-boggling and he's done it again, this time even more impressively than he did 12 months ago in Milan... that was just extraordinary*» [7]. Данный пример иллюстрирует, что в одной небольшой синтагматической единице можно встретить 3 лексических средства выражения эмотивности: «*mind-boggling*», «*impressively*», «*extraordinary*». Определение «*amazing*» стало наиболее частотным в выборке, оно позволяет комментаторам выразить своё восхищение программой, качеством исполнения элементов, стилем спортсмена и пр. Например, во время выступления российской спортсменки Елизаветы Туктамышевой на ЧМ в 2015 году, проходившем в Шанхае, комментаторы упоминают успехи фигуристки в сезоне 2014-2015 (в частности, её победу в финале Гран-При), и один из них восторженно восклицает, что Елизавета продолжает удивлять его: «*She continues to amaze me*» [6].

Эмотивы-ассоциативы в анализируемом материале встречаются реже (19,5% выборки), поскольку неподготовленному зрителю довольно трудно их воспринимать. Этот тип эмотивов не называет эмоций говорящего, и понять, какие именно эмоции скрываются за лексическими выражениями, представляется возможным только исходя из контекста и с помощью проведения компонентного анализа. Например, «*Idol*» (именно так комментатор называет Нэтана Чена во время финала Гран-При сезона 2019-2020), «*Rocket Man*» (отмечается схожесть американского фигуриста с главным героем композиции, под которую он исполняет свою произвольную программу) [5], «*a trademark style*» (так был описан технически качественно исполненный Евгенией Медведевой тройной Лутц) [4].

Таким образом, исходя из результатов анализа фактического материала, можно заключить, что эмотивы-экспрессивы наиболее частотны в спортивном дискурсе. Это объясняется особенностью фигурного катания как вида спорта, сочетающего спортивную и эстетическую составляющие, а также ролью комментатора, целью которого является не только констатация происходящих спортивных событий, но и оказание воздействия на зрителей.

Литература

1. Бабенко Л.Г. Репрезентация эмоций в русском языке и дискурсе: категоризация и концептуализация. Екатеринбург – Москва: Кабинетный ученый, 2019. 234 с.
2. Шарикова Ф.Н. Спортивный дискурс как объект лингвистического исследования // Материалы научной и науч.-методической конференции профессорско-преподавательского состава КГУФКСТ (21-27 июня 2016 года, г. Краснодар). Краснодар: КГУФКСТ, 2016. Т. 1. С. 126-129.
3. Evgenia Medvedeva – LP, WR, Worlds 2017 URL: <https://youtube.com/watch?v=gjlTVx54Cps&feature=share> (дата обращения: 19.02.2021)

4. Evgenia Medvedeva FS 2019 Worlds URL: <https://youtube.com/watch?v=Az05hFUqTiY&feature=share> (дата обращения: 18.02.2021).

5. Nathan Chen | USA | Free Skating Grand Prix Final Torino 2019| URL: <https://youtube.com/watch?v=Fr4UCEjwrtA&feature=share>) (дата обращения: 19.02.2021).

6. 2015 Worlds – Elizaveta Tuktamysheva SP URL: <https://youtube.com/watch?v=Bl-pPoV3sr8&feature=share>) (дата обращения: 11.03.2021).

7. 2019 WC Nathan Chen FS URL: https://youtu.be/7YbSNk2e_DE) (дата обращения: 10.03.2021).

*А.М. Коковина (Россия, Самара)
Научный руководитель А.А. Харьковская*

BUZZWORDS В СОВРЕМЕННОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ПРИЛОЖЕНИЯ К MACMILLAN ONLINE DICTIONARY)

В статье рассматриваются понятия «неологизм» и «buzzword» или модные слова на примерах лексических единиц, зафиксированных в приложении Macmillan Online Dictionary за 2019 год. Сфера модных слов мало изучена, так как данные языковые единицы быстро появляются в языке и так же быстро исчезают. Исследование новых лексических единиц позволяет определить тенденции развития общества, для обозначения которых сложно подобрать языковые единицы, обладающие адекватной семантикой. На базе систематизируются слова с учетом определенных смысловых параметров, с которыми соотносятся лексические единицы.

Ключевые слова: модные слова, buzzwords, неологизмы, английский язык.

Модные слова в современном мире – неотъемлемая часть развития языка. Появляются новые понятия, новые реалии, которые требуют лексического отображения этих единиц в словарном составе языка. Более того, развитие общения в сети Интернет также влияет на появление новых слов, так как люди стараются сократить объем материала, который печатают на клавиатуре в телефоне, чтобы оперативнее отправлять информацию. Развитие языка, как и развитие общества, новых технологий и мира в целом, неизбежно. Язык – это отражение общества, отражение мира, он также развивается и пополняется новыми словами, а иногда уже существующие слова приобретают новые значения.

Важными терминами, на которые следует обратить внимание в процессе исследования модных слов, являются термины «неологизм» и «модные слова». Понятие «неологизм» означает новое слово, значение или новое оформление уже существующего слова. Проблема появления, образования и функционирования неологизмов достаточно подробно изучена в науке о языке. Так, на материале английского языка базируются работы Ю.К. Волошина, В.И. Заботкиной и др., посвященные анализу и систематизации этих единиц.