

DOI: <https://doi.org/10.18454/RULB.2021.28.4.19>**ПАРОЛЬНАЯ ФУНКЦИЯ АВТОСПОРТИВНОГО ДИСКУРСА ГЕРМАНИИ: ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ**

Научная статья

**Солодилова И.А.<sup>1</sup>, Лукашева Е.С.<sup>2</sup>\***<sup>1,2</sup> Оренбургский государственный университет, Оренбург, Россия

\* Корреспондирующий автор (ekaterina.lukasheva[at]yahoo.com)

**Аннотация**

Настоящая статья посвящена рассмотрению одной из особенностей автоспортивного дискурса Германии – реализации в нем парольной функции. Автоспортивный дискурс понимается в исследовании как гибридное образование, сформированное на основе автомобильного и спортивного дискурса в части содержания, и обладающий во многом признаками дискурса СМИ как реализующийся в большем своем объеме в его пространстве. Парольная функция как одна из постоянных для всех институциональных типов дискурса определяет взаимоотношения коммуникативных участников внутри дискурса (агентов и клиентов) и их отграничение от остальных – не относящихся к нему непосредственно. Особенностью реализации парольной функции в автоспортивном дискурсе является ее связь с национально-культурным компонентом семантики текста.

**Ключевые слова:** дискурс, автоспортивный, парольная функция, аллюзия, национально-культурный компонент.

**PASSWORD FUNCTION OF THE GERMAN MOTORSPORT DISCOURSE: IMPLEMENTATION FEATURES**

Research article

**Solodilova I.A.<sup>1</sup>, Lukasheva E.S.<sup>2</sup>\***<sup>1,2</sup> Orenburg state university, Orenburg, Russia

\* Corresponding author (ekaterina.lukasheva[at]yahoo.com)

**Abstract**

This article discusses one of the features of the German motorsport discourse, namely the implementation of password function in it. In the article, motorsport discourse is understood as a hybrid formation formed on the basis of automotive and sports discourse in terms of content, and having in many respects the characteristics of media discourse as being realized in its larger volume in its space. As one of the constants for all institutional types of discourse, the password function, determines the relationship of communicative participants within the discourse (agents and clients) and their separation from the rest, which are not directly related to it. One of the features of the implementation of the password function in motorsport discourse is its connection with the national and cultural component of the text semantics.

**Keywords:** discourse, motorsport, password function, allusion, national and cultural component.

**Введение**

Интенсивное развитие той или иной сферы жизнедеятельности людей в рамках определенной социальной группы или шире – национально-культурного сообщества влечет за собой, как правило, усиление коммуникативной активности членов данной группы (сообщества) и, соответственно, увеличение объема коммуникативного содержания (текстов, в широком понимании), числа коммуникативных партнеров и, в большинстве своем, расширение коммуникативного пространства. Данные процессы позволяют ученым-лингвистам говорить в данном случае о формировании нового типа дискурса. Это относится к относительно новому в дискурсивной лингвистике объекту исследования – автоспортивному дискурсу.

*Автоспортивный дискурс* понимается нами как сложное коммуникативное явление, многофакторный по своей организации процесс коммуникативного взаимодействия в рамках некоторого социокультурного пространства, результатом которого является совокупность текстов вербального и невербального характера в устной и письменной форме на некоторую тему (в широком смысле), соответствующую определенной сфере жизнедеятельности человека. Данное понимание дискурса позволяет выделить три основных параметра (измерения): *социокультурное измерение* дискурса предопределяет его зависимость от экстралингвистических факторов прагматического, психологического, социокультурного характера, *событийность* (процессуальность) – понимание его как целенаправленного социального действия, *интерактивность* (человеческое взаимодействие) как фактор, определяющий содержание дискурса – когнитивную основу его формирования (см. определения дискурса Н.Д. Арутюновой [5], Ю.Н. Караулова и В.В. Петрова [4]).

Развитие автоспортивной техники, обилие автоспортивных мероприятий, увеличение и развитие рынка автоспортивной прессы – процессы, имеющие место на протяжении последних 30 лет в сфере как отечественного, так и европейского автоспорта, обусловили в итоге формирование и становление автоспортивного дискурса.

Новизна и интенсивность дальнейшего развития предопределили наличие достаточно высокого интереса лингвистики к автоспортивному дискурсу, что объясняет актуальность предпринятого нами исследования, посвященного выявлению лингвокогнитивных характеристик автоспортивного дискурса России и Германии.

Автоспортивный дискурс представляет собой образование гибридного типа, формирующееся на основе автомобильного и спортивного типов дискурса. В след за О.С. Рогалева [6], мы считаем, что базис автоспортивного дискурса составляет именно автомобильный дискурс в силу того, что автомобиль всегда является (прямо или косвенно) предметом речи (описания, обсуждения и т.п.) в текстах на автоспортивную тематику. Тем не менее, сфера спорта, ее модальность (значимость соревновательного момента, оценочный характер описания, высокая доля

эмоциональности и т.п.) предопределяют во многом специфику автоспортивного дискурса. А представленность текстов об автоспорте больше частью в средствах массовой информации обуславливают наличие у автоспортивного дискурса характеристик, свойственных дискурсу СМИ. Исходя из этого, мы склонны считать, что ядро автоспортивного дискурса составляют коммуникативные процессы, посвященные событиям автоспорта и материализующиеся в текстах, созданных агентами автоспортивного дискурса – специалистами, спортсменами (автогонщиками), журналистами в пространстве СМИ. Этим обусловлен выбор материала исследования – текстов автоспортивных интернет-журналов.

Автоспортивный дискурс относится к институциональному типу дискурса и выполняет свойственные этому типу функции: перформативную, нормативную, презентационную и парольную [1].

В настоящей статье представлены результаты анализа текстов автоспортивного дискурса Германии на предмет реализации в них парольной функции. Выбор функции в качестве предмета анализа обусловлен ее тесной связью с национально-культурным и дискурсивным компонентами текстового содержания, которые, в частности, определяют лингвокогнитивное своеобразие исследуемого нами дискурса. Основная цель парольной функции – установление границы и связи между клиентами и агентами дискурса с помощью специальных дискурсивных знаков. Парольная функция позволяет, с одной стороны, отграничить «имманентных» коммуникативных участников дискурса (агентов и клиентов) от остальных, а с другой – самих агентов (специалистов) от клиентов (менее компетентных участников).

К дискурсивным знакам, реализующим парольную функцию, относятся специальные термины (широко развитая в автомобилестроении терминология, специальные термины автоспорта), сокращения, аллюзий и т. п.

Следует отметить, что парольная функция дискурса, устанавливая границы его участников, тесно коррелирует с эмотивностью, поскольку позволяет его участникам осознавать свою избранность за счет понимания (раскодирования, узнавания) зашифрованной в тексте информации – так называемых культурных и дискурсивных кодов.

Одним из стилистических приёмов, которые помогают реализовать парольную функцию в текстах автоспортивного дискурса, является литературная аллюзия – стилистический прием, содержащий указание, намек, отсылку на некий литературный факт, ставший в силу своей общей известности частью культуры соответствующего социокультурного сообщества. В данном понимании аллюзия соотносится с понятием лингвокультуры как ее частный случай (см. работы В.В. Воробьева) [2], [3] и может рассматриваться, с нашей точки зрения, языковым репрезентантом элементов национальной картины мира.

Парольная функция реализуется с помощью аллюзий в данном случае в двух аспектах – национально-культурологическом и дискурсивном. С одной стороны, как знаки лингвокультуры аллюзии апеллируют к представителям данного лингвокультурного сообщества, а с другой – как дискурсивные знаки, обозначающие некоторую экстралингвистическую ситуацию – к клиентам и агентам автоспортивного дискурса.

Продemonстрируем эту особенность текстов автоспортивного дискурса Германии на конкретных примерах.

Описывая автомобиль Land Rover Discovery SD4, журналист издания «Auto Motor und Sport», называет его «*Fliegendes Masse-Zimmer*», что является модификацией названия известного детского романа Эриха Кестнера «*Das fliegende Klassenzimmer*» («Летающий класс») (национально-культурный компонент семантики). Заменяя в сложносоставном существительном *Klassenzimmer* элемент *Klassen* на *Masse*, автор текста Йенс Дралле акцентирует внимание читателя на весе транспортного средства, при этом причастие *fliegend* характеризует его скоростные возможности (дискурсивный компонент) [8]. Широко известный роман, имеющий не менее известную экранизацию, связан в сознании представителей немецкого народа с исключительно положительными эмоциями, мальчишеской дерзостью, находчивостью, весельем. Все это позволяет автору статьи не только привлечь внимание яркой языковой игрой, но и создать эмоциональный образ автомобиля и дать ему характеристику.

Название статьи Кристиан Гебхардта «*Rotkäppchen und der böse Golf*» («Красная шапочка и злой Гольф») отсылает ко всем известной сказке братьев Grimm «Красная шапочка и злой волк» (национально-культурный компонент аллюзии). Языковая игра основана в данном случае на замене фонетически созвучных слов *Wolf* и *Golf*. Последнее обозначает автомобиль Volkswagen Golf GTI TCR, который большинство немцев в повседневной жизни называют просто *Golf*. Семантическую трансформацию претерпевает прилагательное *böse* (злой), обозначающее в данном случае скоростные характеристики автомобиля (дискурсивный компонент). Существительное *Rotkäppchen* (Красная шапочка) также дискурсивно и лингвистически мотивировано: представляемый в статье автомобиль имеет красные зеркала заднего вида (нем. *rote Spiegelkappen*) [10]. В итоге автору статьи уже заголовком удается создать привлекающий внимание образ автомобиля, понятный, однако, только посвященным (если сказку о Красной шапочке знают многие, то использование ее названия в автоспортивном контексте поймут лишь агенты и клиенты дискурса).

Анализируя ход гонщика чемпионата мира по шоссейно-кольцевым мотогонкам на гоночных мотоциклах «MotoGP», журналисты издания «Motorsport aktuell» используют название одной из сказок братьев Grimm для описания ситуации, сложившейся на гоночной трассе. Название статьи «*Marc im Glück*» является отсылкой к сказке «*Hans im Glück*». Образ Ганса-везунчика является одним из любимых в немецком народе среди фольклорных образов (национально-культурный компонент аллюзии) и позволяет очень ёмко описать поведение гонщика Марка Маркеса (исп. Marc Marquez) на соревнованиях как как весьма рискованное, но тем не менее принесшее удачу (корреляция национально-культурного и дискурсивного компонентов) [9].

Стоит отметить, что наряду с модифицированными аллюзиями достаточно частотное употребление литературных названий в неизменном виде. Примером является статья журналиста издания «Sport Auto» Штефана Хельмрайха «*Die Schöne und das Biest*» (рус. «Красавица и чудовище»). Сказка французского писателя Шарля Перро широко известна и в немецком народе, что позволяет автору статьи апеллировать к ее образам (национально-культурный компонент аллюзии). Предметом статьи является сравнение двух автомобилей – Alfa Romeo Giulia Quadrifoglio и BMW M3 Competition. Безошибочное соотношение имен, используемых в названии сказки, и названий автомобилей обеспечивается лингвистическим компонентом – совпадением грамматического рода у

существительного *die Schöne* и названия *Alfa Romeo Giulia* (Ср. «Entdecken Sie die Alfa Romeo Giulia Quadrifoglio: kompromisslose Leistung und ideale Gewichtsverteilung <...>» [<https://www.alfaromeo.de/quadrifoglio/giulia-quadrifoglio>] (Выд. – нами.). Имя *das Biest* относится, соответственно, к автомобилю *BMW M3 Competition*.

Яркие образы известной сказки актуализируют в сознании читателей четко определяемые характеристики: эстетическое превосходство одного и силу (технические характеристики) другого. Образ могучего существа поддерживается далее в тексте с помощью выражения *Zähne fletschten* (*огрызаться*).

Используемые в текстах статей автоспортивных журналов литературные аллюзии могут быть и далеко не такими общепонятными, как проанализированные выше, если отсылают к названиям менее известных произведений.

Так, название статьи «Das Rot der früheren Jahren» в журнале «Auto Motor und Sport» [8] является аллюзией к названию повести Генриха Бёлля «Das Brot der früheren Jahren» (рус. «Хлеб ранних лет»). Произведение, опубликованное в 1955 году, повествует о современнике, 24-летнем молодом человеке, на долю которого выпали тяготы военной жизни, и отсылает именно к 50-ым годам. Модификация, основанная на замене фонетически созвучных слов, призвана дать посвященным информацию об источнике возникновения нового цвета для Ferrari: «Schließlich gibt es für den 812 Superfast eine neue Farbe, inspiriert vom Rot der 50er und 60er: Rosso 70 Anni». Красный цвет является традиционным цветом бренда «Ferrari» (дискурсивный компонент). Национально-культурный компонент аллюзии не относится к общеизвестной в данном сообществе информации и требует от читателя большей литературной эрудиции, нежели в приведенных выше примерах, что обуславливает сужение числа «посвященных» и усиление парольной функции.

Не меньшую сложность для распознавания представляют, на наш взгляд, аллюзии к произведениям, относящимся к специальной литературе.

Название статьи «Genie oder Wahnsinn?» (Гений или безумие) в журнале «Auto Bild Motorsport» представляет собой аллюзию к книге итальянского психиатра Чезаре Ламброзо «Гений и безумие». Предметом обсуждения статьи является гонщик Формулы-1 Макс Ферстаппен, чьи рискованные, а порой безумные идеи и поступки обескураживают аналитиков, побуждая их задаваться вопросом о его гениальности или безумстве. В подзаголовке эта мысль эксплицируется: «Das Wunderkind der Formel 1 hat 2018 eine Saison mit Höhen und Tiefen hinter sich. In der ersten Hälfte stand er im Zentrum der Kritik, zuletzt wird er als neuer Ayrton Senna gepriesen» [7]. Модификация названия книги заключается в замене союза *и* на союз *или*, что существенно меняет смысл: сопряжение гениальности и безумия в книге на их противопоставление в статье.

Несмотря на сложность распознавания, для которого необходимо специальное знание, обе аллюзии не мешают в целом пониманию смысла статей и не вызывают недоумения даже в том случае, если читатель не осведомлен о произведениях, давших названия статьям, что, собственно, является особенностью всех СМИ: тенденции к намеренной выразительности и экспрессивности противостоит наличие стандарта и требование общедоступности в понимании.

### Заключение

Проведенный анализ позволил установить высокую значимость парольной функции для автоспортивного дискурса, которая определяет во многом языковое своеобразие представленных в нем текстов, в частности использование литературных аллюзий. Данный прием отражает и когнитивное своеобразие исследуемого типа дискурса, поскольку тесно связан с национально-культурным компонентом семантики. Аллюзии к немецким литературным произведениям или произведениям, широко известным в немецком народе, могут рассматриваться в этой связи как репрезентанты языковой и национальной картины мира, что, в свою очередь, предопределяет связь автоспортивного дискурса с ценностной системой. Употребление аллюзий к народным сказкам определяет национальный колорит дискурса, к произведениям художественной и специальной литературы – социальный статус авторов текстов (агентов), модификации аллюзий обеспечивают причастность к теме автоспорта, понимание которой возможно в основном для имманентных участников дискурса.

Результаты анализа являются также подтверждением того факта, что в основе каждого институционального дискурса заложена система ценностей, не выраженная в виде определенного оценочного кодекса, но реконструируемая с помощью выделения оценочных (в широком смысле) суждений на основе высказываний, явно или имплицитно содержащих оценку. Высказывания, отсылающие к системе норм, эталонов и т.п. характеризуются значимостью пресуппозиционального компонента (фоновых знаний) и характеризуются большой смысловой емкостью.

### Конфликт интересов

Не указан.

### Conflict of Interest

None declared.

### Список литературы / References

1. Бейлинсон, Л. С. Функции институционального дискурса / Л. С. Бейлинсон // Вестник ИГЛУ. – 2009. – №3(7). – С. 142-143.
2. Воробьев В.В. Лингвокультурология: Монография / В.В. Воробьев. – М.: РУДН, 2008. – 336 с.
3. Воробьев В. В. Лингвокультурологическая парадигма личности: моногр. / В. В. Воробьев. – М.: Российский университет дружбы народов, 1996. – 170 с.
4. Караулов Ю.Н. От грамматики к когнитивной теории дискурса / Ван Дейк Т.А. Язык. Познание. Коммуникация: Пер. с англ. / Сост. В.В. Петрова; Под ред. В.И. Герасимова; Вступ. Ст. Ю.Н. Караулова и В.В. Петрова. – Москва : Прогресс, 1989

5. Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В.Н. Ярцева. – 2-е изд., доп. – Москва : Большая рос. энцикл., 2002. – 709 с.
6. Рогалева, О. С. Лексика автоспорта в современных СМИ: семантика и функционирование / О. С. Рогалева // Коммуникативные исследования. – 2014. – №2. – С. 213-218
7. Autobild Motorsport: Sonderheft / Objektleiter «Axel Springer SE». – 2018, Nov. – Hamburg : Axel Springer Auto Verlag GmbH, 2018 – ISSN 1617-4100. – 2018, №1.
8. Auto Motor und Sport: Heft / Verlag «Motor Presse Stuttgart GmbH & Co. KG». – 2017, Jun. – Hamburg : DPV Deutscher Pressevertrieb GmbH, 2017 – 2017, № 14 – № 25.
9. Motorsport aktuell : Heft / Verlag «Motor Presse Stuttgart GmbH & Co. KG». – 2017, Nov. – Hamburg : DPV Deutscher Pressevertrieb GmbH, 2017 – 2017, № 48 – № 50.
10. Sport auto : Heft / Verlag «Motor Presse Stuttgart GmbH & Co. KG». – 2019, Mär. – Hamburg : DPV Deutscher Pressevertrieb GmbH, 2017 – 2019, № 4; 2021, № 6.

# **Список литературы на английском / References in English**

1. Bejlinson, L. S. Funkcii institucional'nogo diskursa [Functions of institutional discourse] / L. S. Bejlinson // Vestnik IGLU [ISLU Bulletin]. – 2009. – №3(7). – P. 142-14. [in Russian]
2. Vorob'ev V.V. Lingvokul'turologiya [Linguoculturology]: Monografiya [Monograph] / V.V. Vorob'ev. – M.: RUDN, 2008. – 336 p. [in Russian]
3. Vorob'ev V. V. Lingvokul'turologicheskaya paradigma lichnosti [Linguocultural paradigm of personality] : monogr. / V. V. Vorob'ev. – M.: Rossijskij universitet druzhby narodov [RUDN University], 1996. – 170 p. [in Russian]
4. Karaulov YU.N. Ot grammatiki k kognitivnoj teorii diskursa [From grammar to cognitive discourse theory] / Van Dejk T.A. YAzyk. Poznanie. Kommunikaciya [Cognition. Communication]: Per. s angl. / Sost. V.V. Petrova; Pod red. V.I. Gerasimova; Vstup. St. YU.N. Karaulova i V.V. Petrova. – Moskva : Progress, 1989 [in Russian]
5. Lingvisticheskij enciklopedicheskij slovar' [Linguistic encyclopedic dictionary] / gl. red. V.N. YArceva. – 2-e izd., dop. – Moskva : Bol'shaya ros. encikl. [Great Russian encyclopedia], 2002. – 709 p. [in Russian]
6. Rogaleva, O. S. Leksika avtosporta v sovremennyh SMI: semantika i funkcionirovanie [Motorsport vocabulary in modern media: semantics and functioning] / O. S. Rogaleva // Kommunikativnye issledovaniya [Communication research]. – 2014. – №2. – P. 213-218 [in Russian]
7. Autobild Motorsport: Sonderheft [Autobild Motorsport: special issue] / Objektleiter «Axel Springer SE». – 2018, Nov. – . – Hamburg : Axel Springer Auto Verlag GmbH, 2018 – . – ISSN 1617-4100. – 2018, №1. [in German]
8. Auto Motor und Sport: Heft [Auto Motor und Sport: [Issue] / Verlag «Motor Presse Stuttgart GmbH & Co. KG». – 2017, Jun. – Hamburg : DPV Deutscher Pressevertrieb GmbH, 2017 – 2017, № 14 – № 25. [in German]
9. Motorsport aktuell : Heft [Motorsport up-to-date: Issue] / Verlag «Motor Presse Stuttgart GmbH & Co. KG». – 2017, Nov. – Hamburg : DPV Deutscher Pressevertrieb GmbH, 2017 – 2017, № 48 – № 50. [in German]
10. Sport auto : Heft [Sport auto: Issue] / Verlag «Motor Presse Stuttgart GmbH & Co. KG». – 2019, Mär. – Hamburg : DPV Deutscher Pressevertrieb GmbH, 2017 – 2019, № 4; 2021, № 6. [in German]