

СТРУКТУРА КОНЦЕПТА «СПОРТ» В НАИВНОЙ КАРТИНЕ МИРА

Н. В. Петрушова

Алтайский государственный технический университет
им. И.И. Ползунова, г. Барнаул, Россия

В статье описываются результаты свободного психолингвистического эксперимента, на основании которого моделируется структура концепта «Спорт».

Ключевые слова: концепт, спортивный дискурс, мегаконцепт, ментальные структуры, свободный психолингвистический эксперимент.

STRUCTURE OF THE CONCEPT "SPORT" IN THE NAIVE WORLDVIEW

N. V. Petrushova

Altai state technical university, Barnaul, Russia

The paper describes the results of the free psycholinguistic experiment. The structure of the concept "Sport" was modeled on these results.

Key words: concept, sports discourse, megaconcept, mental structures, free psycholinguistic experiment.

Роль спорта в жизни современного общества постоянно возрастает, о чем свидетельствует появление новых видов спорта и введение их в программу олимпийских игр. По этой причине спортивные события широко освещаются в СМИ: на телевидении, в специализированных журналах и газетах, посвященных отдельным видам спорта. Кроме того, печатные СМИ, которые не являются спортивными, размещают медиатексты, посвященные тем или иным спортивным событиям. По мнению Б. А. Зильберта, «дискурс масс-медиа на рубеже XX–XXI вв. является основным каналом осуществления спортивной коммуникации, в связи с чем правомерно говорить о тенденции к сращиванию спортивного дискурса с дискурсом масс-медиа» [Зильберт, 2001]. Иными словами, исследователь подчеркивает особую роль СМИ в спортивной коммуникации: СМИ являются основной информационной средой осуществления коммуникации, в том числе спортивной коммуникации, и становятся основополагающим фактором формирования спортивной картины мира. Формирование спортивной картины мира происходит благодаря различным видам медиатекстов, однако, в науке о языке они остаются малоизученными, в связи с чем, возникает потребность осмысления языка спортивной коммуникации.

Изучение отдельных аспектов спортивной деятельности осуществляется в разных

парадигмах: журналистской, социологической, лингвистической. Спорт пронизывает многие уровни современного социума и оказывает существенное воздействие на различные стороны жизнедеятельности общества. Так, Д. В. Десюк подчеркивает, что спорт «влияет на национальные отношения, деловую жизнь, общественное положение, формирует моду и образ жизни людей, укрепляет нравственные и этические ценности» [Десюк, 2010]. Р. Л. Гутцайт говорит о том, что «современный спорт институционализирован и интегрирован в социально-политическую и идеологическую структуры общества», из чего следует, что спорт связан с политическим и социально-идеологическим устройством общества [Гутцайт, 2012].

Если в социологической парадигме акцентируется детерминированность спорта социально-политическим устройством общества, то в журналистской парадигме фокус перемещается на коммуникацию. Спорт представляет собой «особый вид коммуникации, возникающей как реализация физиологических, духовных, информационных, рекреативных и других видов потребностей участников спортивной практики» [Гутцайт, 2012]. Телевидение в данном случае играет огромную роль, так как является одним из самых популярных СМИ, осуществляющих спортивную коммуникацию.

В лингвистической парадигме исследователи изучают спортивный дискурс и его особенности (Зильберт 2001, Снятков 2008, Малышева 2011).

А. Б. Зильберт изучает спортивный дискурс и его связь с другими дискурсными разновидностями в общем дискурсном пространстве. Исследователь рассматривает пересечение спортивного дискурса с научным, педагогическим, деловым, юридическим, политическим, военным, театральнo-сценическим институциональными дискурсами [Зильберт, 2001]. Особый интерес представляет пересечение спортивного и политического дискурсов. Метафоры спорта, игры и боевых действий занимают важное место в корпусе политических метафор. Особенно это становится очевидным во время политических дебатов и предвыборных кампаний. Исследователь выделяет общее для политического, спортивного и военного дискурсов когнитивное пространство, объединяющее некоторые черты. Оно содержит такие элементы как, «наличие противника, борьба соперника, этика поединка, правовые нормы (регламент и правила), стратегия и тактика борьбы, победа, поражение, триумф победителя, приз / выигрыш / боевые награды» [Зильберт 2001: 105]. Исследователь усматривает связь спортивного дискурса с бытовым дискурсом, поскольку именно в бытовом дискурсе тематическое содержание общения относится к спорту. Участники коммуникации обмениваются информацией, оценивают или комментируют ее, пытаются предсказать ход спортивных событий. А. Б. Зильберт также описывает черты сходства спортивного дискурса с театральнo-сценическим. Вследствие игрового характера содержания спортивного действия, оно приобретает свойство театральности, потому что оно рассчитано на аудиторию, в роли которой выступают зрители. Из сказанного следует, что наряду со специфическими особенностями, спортивный дискурс имеет общие черты сходства [Зильберт 2001: 110].

К. В. Снятков, исследуя телевизионный спортивный дискурс, трактует спортивный дискурс как «речь (в устной или письменной форме), которая транслирует мысли, определяющие спортивную деятельность (дискурс) как процесс, и совокупность произведенных текстов, в которых репрезентированы эти смыслы (дискурс как результат, то есть совокупность речевых произведений, зафиксированных письмом или памятью)» [Снятков 2008]. Для нашего исследования особенно важно, что он говорит о «ментальной основе» дискурса, понимая под этим «разноуровне-

вые когнитивные структуры, в которых зафиксированы знания о явлениях внешнего мира и особенностях речевой репрезентации этих знаний» [Снятков 2008]. Кроме того, К. В. Снятков подчеркивает медиальный характер исследуемого дискурса и классифицирует его в соответствии с видами СМИ на телевизионную, газетно-журнальную, радио-, интернет-разновидности.

Е. Г. Малышева в своем диссертационном исследовании рассматривает соотношение понятий «медиадискурс», «спортивный дискурс» и «спортивный медиадискурс». Она подчеркивает, что «чистой» разновидности спортивного дискурса не существует, но «можно говорить о существовании ядра, ядерной зоны спортивного дискурса – спортивного журналистского дискурса, в рамках которого наиболее полно отражается как концептуальная, тематическая и жанровостилевая специфика спортивного дискурса, так и его институциональный характер» [Малышева, 2011]. По ее мнению, «более широкое понятие «спортивный медиадискурс» включает в себя спортивный журналистский дискурс», для которого медийность является конституирующим признаком. В спортивном журналистском дискурсе дискурсивно обозначенными являются все составляющие: условия и цель коммуникации, субъектно-объектные характеристики общения, совокупность текстов, система репрезентированных в дискурсе концептов. «Спортивный медиадискурс» шире, чем «спортивный журналистский дискурс». Он может включать в себя дискурс спортсменов и тренеров, фанатов, спортивных чиновников, политиков, если их речемыслительная деятельность, связанная со спортом, осуществляется в сфере массовой коммуникации. Любая разновидность спортивного дискурса будет пересекаться с другими дискурсами – «политическим, идеологическим, художественным, обиходно-бытовым» [Малышева, 2011].

Исследование Е. Г. Малышевой представляет интерес, потому что она выделяет концептосферу русского спортивного дискурса, которая по ее мнению состоит из *субъектов* спортивной деятельности, *действий*, характерных для спорта и *спортивных событий*. К первой группе она относит концепты-субъекты, такие как: «Спортсмен», «Тренер», «Судья», «Болельщик», «Спортивный комментатор». Вторая группа состоит из концептов-действий: «Игра», «Тренировка», «Соревнование», «Судейство». Третья группа включает концепты спортивные события:

«Чемпионат», «Олимпиада» [Малышева, 2011].

По мнению Е. Г. Малышевой, с одной стороны, концепт СПОРТ является доминантой русского спортивного дискурса. С другой стороны, исследователь на основе полученного материала приходит к выводу, что СПОРТ – это мегаконцепт. Придя к такому выводу, она моделирует структуру мегаконцепта посредством выявления и описания базовых концептуальных моделей разного типа. Она выделяет диффузную группу, в которой «реализуются специфические представления субъектов дискурса о морально-нравственной стороне спортивного состязания, о базовых характеристиках спортивного соревнования, об основополагающих ценностях спортивной деятельности». По мнению исследователя, важнейшими концептами, определяющими «духовную» специфику спортивной сферы, являются концепты «Патриотизм» и «Победа» / «Поражение», «Свои» / «Чужие». Также она рассматривает «когнитивные (ментальные) стереотипы, в которых репрезентирована этнокультурная специфика изучаемой доминанты спортивного дискурсивного пространства» [Малышева, 2011].

К выводам о том, что СПОРТ – это мегаконцепт, Е. Г. Малышева приходит, основываясь на анализе телевизионных текстов, текстов печатных и интернет-СМИ. Иными словами, исследователь моделирует ментальные структуры продуцентов текстов. Вместе с тем, представляют интерес ментальные структуры, которые стоят за лексемой *спорт* у реципиентов спортивных медиа-текстов. Этому и посвящается данная статья.

Настоящая статья представляет собой исследование по выявлению основных компонентов концепта СПОРТ в сознании реципиентов. С этой целью был проведен свободный психолингвистический эксперимент. Студентам было предложено написать первое, пришедшее в голову слово, как реакцию на слово *спорт*. В ассоциативном эксперименте приняло участие 298 студентов 1 и 2 курсов 7 направлений и 2 специальностей: «Информационная безопасность», «Информатика и вычислительная техника», «Строительство», «Дизайн», «Продукты питания из растительного сырья», «Продукты питания животного происхождения», «Технология продукции и организация общественного питания», «Наземные транспортно-технологические средства», «Экономическая безопасность» Алтайского государственного технического университета им. И. И. Ползунова. В качестве стимула 298 респондентам было предложено

слово СПОРТ. В результате эксперимента было получено 298 реакций. Полученные 298 реакций были распределены по таким компонентам концепта как *понятие, представление и эмоция/оценка*, рассматриваемыми нами в качестве операциональных единиц мышления [Пищальникова, 2001].

По результатам эксперимента на долю понятийного компонента приходится 25 реакций (8,4 % от общего количества реакций). Для выявления понятийного компонента были использованы дефиниции лексемы СПОРТ в ряде толковых словарей. Так, СПОРТ определяется как «составная часть физической культуры», «система организации соревнований по различным физическим упражнениям» [БЭС]; «индивидуальные или групповые действия, обычно физические, которые предполагают межличностное или межгрупповое состязание» [БТСС]; «физические упражнения (...игры, борьба...)» [МАС]; «упражнения..., требующие силы...» [СИС]; «специфический род физической и интеллектуальной активности, совершаемой с целью соревнования...тренировки; ...составная часть физической культуры» [Википедия].

Опора на вышеупомянутые лексикографические источники позволила отнести к понятийному компоненту следующие ассоциаты: *сила* (13), *игра* (4), *физкультура* (3), *борьба* (2), *соревнование* (1), *состязание* (1), *тренировка* (1). С одной стороны, ассоциаты-понятия делятся в соответствии с когнитивными признаками соревновательности, противоборства (*соревнование, состязание, борьба, игра*). С другой стороны, прослеживаются неотъемлемые элементы физической формы (*сила, тренировка*), которые являются успешными составляющими процессов противоборства и соревновательности.

В отличие от понятийного компонента, *представление* как компонент концепта было выявлено у 194 респондентов (65,1 % от общего количества реакций). Эти данные показывают, что *представление* преобладает над другими компонентами концепта. Полученные реакции компонента *представление* можно разделить на 6 подгрупп: «Виды спорта»; «Спортивный инвентарь/оборудование»; «Место проведения спортивных соревнований»; «Участники спортивного процесса»; «Элементы спортивных соревнований/игр»; «Результат спортивного процесса/игр». Среди реакций группы, репрезентирующей конкретные виды спорта, имеются следующие: *футбол* (13), *бег* (11), *баскетбол* (9), *волейбол* (8), *хоккей* (4), *биатлон* (3), *бокс* (2), *атлетика* (1) и т.д. Эти результаты показывают, что наиболее популярными являются следующие виды спорта:

лярные виды спорта у респондентов – это игровые виды спорта, в которых наиболее ярко прослеживаются элементы соревновательности и противоборства. Эти ассоциаты респондентов связаны с тем опытом и знаниями, которые они получают из медиареальности: ТВ и печатных СМИ, интернета.

В подгруппе «Место проведения спортивных соревнований» самое большое количество реакций у ассоциата олимпиада (8). Частотность этого ассоциата свидетельствует о том, что глобальные спортивные события мирового масштаба привлекают особое внимание респондентов. Кроме того, такие реакции как спортзал (1), качалка (1), зал (1), манеж (1), «Рельеф» (1) представляют личный опыт респондентов, занимающихся спортом.

Подгруппа «Спортивный инвентарь/оборудование» состоит из следующих реакций: мяч (10), гантели (3), тренажеры (3), лыжи (2), коньки (2), скакалка (2), беговая дорожка (1), турник (1) и т.д. Ассоциаты дистанция (1), гол (1), зарядка (1), нагрузки (1), стометровка (1), шпагат (1) присутствуют в группе «Элементы спортивных соревнований/игр». Перечисленные ассоциаты обеих подгрупп указывают на личный опыт респондентов, связанный с их спортивной деятельностью.

Реакции группы «Участники спортивного процесса», с одной стороны, перечисляют различные функции, которые спортсмены выполняют в спортивной деятельности: *нападающий* (1), *пасующий* (1), *тренер* (1).

С другой стороны, такие реакции как *Плющенко* (1), *Президент* (1) связаны со спортивным имиджем страны.

Среди реакций-представлений самым частотным является ассоциат *здоровье*. Его зафиксировали 19 респондентов. *Здоровье* по понятным причинам обладает особой важностью для респондентов. Вместе с тем, в подгруппе «Результат спортивного процесса/игр» имеются другие реакции, например: *медали* (3), *деньги* (2), *тело* (2), *пьедестал* (1), *грамота* (1), *фигура* (1). Они показывают, что конечным итогом занятий спортом может быть: моральное удовлетворение (*медали, грамота, пьедестал*), материальные (*деньги*) и физические блага (*фигура, тело*).

Эмоционально-оценочный компонент зафиксирован 79 респондентами, что составляет 26,5 % от общего числа реакций. Реакции этого компонента можно разделить на положительную оценку/эмоцию и отрицательную оценку/эмоцию. Большая доля ассоциатов приходится на положительную оценку/эмоцию: *выносливость* (7), *красота* (7),

жизнь (6), *победа* (5), *воля* (4), *труд* (3), *стремление* (2), *мужественность* (1), *нет вредных привычек* (1), *совершенствование* (1), *ЗОЖ – здоровый образ жизни* (2) и т.д. Среди множества ассоциатов положительной оценки/эмоции, когнитивно значимыми оказались ассоциаты, которые описывают внешние признаки или влияние спорта на жизнь человека (*красота, здоровое тело, здоровый, подтянутость, спортивное тело, стройность*). Вместе с тем, ассоциаты отражают и те внутренние качества личности, которые воспитывают *выносливость, волю, труд, стремление, мужественность, выдержку, силу воли, уверенность, упорность*. Также спорт является источником положительных эмоций и переживаний респондентов (*веселье, надежда, радость, счастье*).

На долю репрезентантов отрицательной эмоции / оценки приходится всего 5 реакций: боль (2), поражение (1), нет времени (1), вред у профессионалов (1), шум (1). Их можно разделить на отрицательные моменты, связанные с занятиями спортом, которые могут принимать физическую форму (боль, вред у профессионалов) и моральную форму (поражение, нет времени). Преобладание положительных ассоциатов эмоционально-оценочного компонента показывает, что соприкосновение со спортом приносит больше позитивного и полезного в жизнь респондентов.

Таким образом, моделирование концепта СПОРТ, предпринятое в данной статье, позволяет сделать вывод о том, что реципиенты являются активными участниками спортивного медиадискурса, а также имеют непосредственный опыт физической активности.

Концепт СПОРТ представляет собой комплексную ментальную сущность, которая состоит из описанных выше компонентов. Доминирующим в распределении ассоциатов оказывается компонент *представление*. Ассоциат *здоровье* представлен в нем наибольшим количеством реакций, что вполне объяснимо, так как люди заинтересованы в укреплении и сохранении своего здоровья.

В эмоционально-оценочном компоненте просматривается все то положительное, что несет человеку спорт, а именно: *выносливость, красоту, силу воли* и т.д.

На долю понятийного компонента приходится наименьшее количество реакций. Данный компонент характеризуется ассоциатами с признаками соревновательности и противоборства, которые присущи человеческой природе.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Большой толковый социологический словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<http://voluntary.ru/dictionary/567/word/sport>

2. Большой энциклопедический словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://slovorus.ru>

3. Википедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/>

4. Гутцайт, Р. Л. Спортивное комментирование и его роль в телевизионной медиатизации. Автореферат диссертации на соискание ученой степени к.ф.н. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.docme.ru/doc/231491/sportivnoe-kommentirovanie-i-ego-rol_-v-televizionnoj-med...

5. Десюк, Д. В. Специфика отражения темы спорта на современном российском телевидении. Автореферат диссертации на соискание ученой степени к.ф.н. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rad.pfu.edu.ru:8080/tmp/avtoref5099.pdf>

6. Зильберт, Б. А., Зильберт, А. Б. Спортивный дискурс: базовые понятия и категории; исследовательские задачи [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.philol.msu.ru/~slavphil/books/jsk_17_07zilbert.pdf.

7. Малый академический словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://clova.ru/d11/w66732>.

8. Малышева, Е. Г. Русский спортивный дискурс: теория и методология лингвокогнитивного исследования [Электронный ресурс]: автореф. дис. докт. филол. наук. – Омск, 2011. – Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/russkii-sportivnyi-diskurs-teoriya-i-metodologiya-lingvokognitivnogo-issledovaniya>.

9. Пищальникова, В. А. Общее языкознание [Текст]. / В. А. Пищальникова. – Барнаул, 2001. – 447 с.

10. Словарь иностранных слов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://enc-dic.com>

11. Снятков, К. В. Коммуникативно-прагматические характеристики телевизионного спортивного дискурса [Электронный ресурс]: автореф. дис. канд. филол. наук. – Вологда, 2008. – Режим доступа: <http://twirpx.com/file/940466>

Петрушова Наталья Владимировна – старший преподаватель кафедры «Английский язык»

ФГБОУ ВО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова» (АлтГТУ), г. Барнаул