

значение или определенную эмоциональную окраску. Кроме того, единицам сленга, которые присутствуют в испанской прессе, свойственно образование с помощью различных аффиксов, в большей степени суффиксов, а также сокращение или усечение первоначальной основы слов литературного языка.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Гальперин И.Р.* О термине «сленг» / Вопросы языкознания / И.Р. Гальперин. – 1956. – № 6. – С. 323.
2. Жаргонизмы в испанском языке. – URL: https://studwood.ru/1389139/literatura/zhargonizmy_ishpanskom_yazyke (дата обращения 23.12.2018).
3. *Мерзликina О.В.* Структурно-семантическая характеристика испанского молодежного жаргона / О.В. Мерзликina. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/strukturno-semanticheskaya-harakteristika-ispanskogo-molodezhnogo-zhargona/>, (дата обращения 19.12.2019).
4. *Рацибурская Л.В.* Жаргонизмы в СМИ как средство вербальной агрессии // Социальные варианты языка. V. / Л.В. Рацибурская. – Н. Новгород, 2007. – С. 235
5. *Симеонова С.* Словарь испанской разговорной речи / С. Симеонова. – М.: Эдиториал УРСС, 2001. – 232 с.
6. *Хомяков В.А.* Введение в изучение сленга – основного компонента английского просторечия: монография / В.А. Хомяков. – Вологда: Областная типография, 1971. – 103 с.
7. Diccionario de la lengua de la Real Academia Española. – URL: <http://dle.rae.es/?w=diccionario>, (дата обращения: 20.02.2019).
8. Estudian el lenguaje de los jóvenes. – URL: <http://www.elcastellano.org/ns/edicion/2008/septiembre/joves>, (дата обращения 21.11.2018).
9. *Sechrist F.* The Psychology of Unconventional Language// The Pedagogical Seminary V.20.1913, №4. – P.415.
10. The Online Slang Dictionary (American, English, and Urban slang). – URL: <http://onlineslangdictionary.com/>, (дата обращения 12.02.2019).

ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СПОРТИВНЫХ БЛОГОВ

*Сапаргалиева Р.Ш.
Шакирова А.А.*

Данная статья посвящена изучению языковых особенностей интернет-коммуникации на примере англоязычного материала спортивных блогов. В статье выделены жанровые особенности блога и интернет-коммуникации и представлены примеры некоторых лексических и грамматических особенностей в данном дискурсе.

Ключевые слова: интернет-коммуникация, спортивный блог, английский язык, языковые особенности.

The article describes the linguistic features of Internet communication on the example of the English material from sports blogs. The article presents the genre features of blog and Internet communication and provides examples of some lexical and grammar features in this discourse.

Key words: Internet communication, sport blog, English, linguistic features.

Языковые особенности интернет-коммуникации являются объектом лингвистических исследований многих современных ученых. На сегодняшний день интернет представляет собой среду, в которой сосуществуют средства массовой информации, бизнес и которая представляет площадку для общения людей разных профессий, возрастов и национальностей, то есть своеобразную социальную среду [1].

По Б.М. Гаспарову, коммуникативное пространство обозначает «мысленно представляемую среду», необходимую для воспроизведения и восприятия высказывания в процессе коммуникации [2], которая накладывает свой отпечаток на этот процесс. В свою очередь, И.И. Шабшин определяет Интернет как «метасреду» для коммуникации, среду для реализации бизнес-технологий, среду для существования и работы СМИ, среду для хранения и обработки информации и т.д., тем самым расширяя его границы [5].

Решающим фактором в определении актуальности и значимости настоящей исследовательской работы является необходимость изучения англоязычных публицистических статей в интернет-коммуникации, в частности, текстов спортивных блогов. Такая необходимость обусловлена, прежде всего, задачами и функциями подобных текстов, которые главным образом направлены на подбор и предоставление информации подготовленной и заинтересованной аудитории. Кроме того, информирование целевой аудитории по вопросам спортивных новостей также является важным аспектом для изучения данной темы.

Материалом для исследования послужили англоязычные версии интернет-ресурсов the Guardian, Hold out Sports, Sport spyder, МММСore, Pundit Arena, а также лингвистические труды ученых Д. Кристала [7], М. Морриса [3], И.А. Якоба [6], Е.Г. Новиковой [4] и др.

Согласно исследованиям различных ученых, мы смогли выделить следующие жанры интернет-коммуникации: электронная почта (e-mail), чаты (chatgroups), виртуальные миры, всемирная паутина (WWW), а также форумы, блоги и социальные сети.

Блог, по мнению Д. Кристала, это сетевой дневник, над которым можно одновременно выполнять несколько действий. Коммуникативная функция является базовой для интернет-блога [7].

В блогосфере сформировалось несколько субобществ, все они в значительной степени разделены по жанрам: новостной блог, политический, философский, блог о еде, модные блоги и т.д. В нашем исследовании внимание уделяется спортивному блогу как жанру интернет-коммуникации.

В представленной коммуникативной среде язык продолжает выполнять свои функции и имеет свои особенности, как в любом другом случае. Задачей нашей работы являлось выявить лингвистические особенности англоязычных статей, поэтому при анализе материала мы рассмотрели две группы особенностей – это лексические и грамматические.

Лексика языка представляет собой совокупность слов и идиом, используемых в разнообразии. Изучая материалы спортивных блогов, мы выделили 106 лексических единиц. Самой обширной группой оказались спортивные термины. Наличие специализированной лексики, то есть слова и сочетания слов, употребляемые преимущественно людьми определённой профессии, специальности, было неизбежно, так как мы рассматривали определенный дискурс. 42% лексических единиц вошли в эту группу. Данные термины можно также разделить по их строению: простые, составные слова и словосочетания. Простые слова, такие как **passer, dribbler, fullback**, имеют численное преимущество (72%) по отношению к словосочетаниям (19%) (**offensive line, left tackle, left flank**) и к словам, написанным через дефис (9%), например, **hat-trick, triple-double, semi-finalist**. Следующей многочисленной группой особенностей являются аббревиатуры. Она насчитывает 25 единиц (24%), в данной сфере наличие аббревиатур неизбежно, так как различные ассоциации спорта представлены в новостных статьях (**NRL, NBA, WBA, RSA**). Выразительными средствами лексики обычно являются тропы, мы не раз встречали их в ходе нашего исследования (16%). Тропы – это обороты речи, в которых слово или выражение употреблено в переносном значении. В нашем материале мы обнаружили такие средства выразительности речи, как эпитет и метафора. Используя метафору, автор производит перенос значения на основе какой-то аналогии или сходства. Например, **quick silver** (быстро перемещающийся игрок) – перенос был осуществлен за счет сходства свойств, так как прямой перевод слова – ртуть, которая быстро испаряется. Эпитеты являются определением при слове, влияют на его выразительность (**delicious blend, ice-cold certainty, heavyf avourites**).

Как уже упоминалось ранее, идиома является неотъемлемой частью лексики, и в нашей работе идиомы составляют 8% изученного материала. Итак, идиома – это устойчивый оборот речи, значение которого не опре-

деляется значением входящих в его состав слов: **a second wind, a purple patch, put a foot wrong**. Реже встречались такие лексические особенности, как разговорные выражения (**footy, honey-hole, OK**), экономические термины (**Economic Corridor, investor**), сокращения (**app., vs.**), а также нецензурная лексика.

Следующим этапом нашего исследования стал анализ грамматического строя англоязычных спортивных блогов. Первая грамматическая особенность, которая является самой многочисленной – это употребление притяжательного падежа. Данный вид падежа указывает на принадлежность некоего объекта субъекту. Он может образоваться с помощью добавления аффикса 's (**England's victory**) или же предлога of (**blend of skills**). Эта особенность используется в 104 случаях в наших материалах. В спортивных блогах очень часто используются причастные, деепричастные обороты и герундий, чаще всего в описательных целях. Из них свое предпочтение авторы отдают деепричастию (**taking shape**), который насчитывает 23 единицы, затем герундию (**for enjoying it**) и только потом причастию (**always seeking**). Анализируя тексты спортивной тематики, можно прийти к следующим выводам, чаще всего авторы используют настоящее простое время Present Simple в 42% случаев, прошедшее простое Past Simple (37%) и простое будущее Future Simple (9%). Так же нам встречались такие времена, как Present, Past и Future Perfect, Present, Past и Future Continuous.

Исследуя синтаксис наших статей, мы можем выделить следующие особенности. Простые предложения используются гораздо чаще (70%), чем сложносочиненные. Также можно встретить определенное количество условных и вопросительных предложений. В нашем исследовании мы можем выделить частое использование инфинитива в качестве сложного подлежащего (**is no need to say, struggled to find, had come to play**) и модальных глаголов (**might, can, should, have to**). В ходе работы были выявлены следующие грамматические особенности, которые встречаются реже всего: отсутствие окончания 's у глагола 3 лица единственного числа (**a quicksilver dance across**), отсутствие предлога to между глаголами (**you try do**), усилением глаголом do (**side do come**) или же вовсе отсутствие глагола в предложении (**Three perfect touches at the end of 25**).

Таким образом, лингвистические особенности являются одними из важных составляющих текста, так как они определяют его принадлежность к тому или иному стилю. В нашей работе основной лексической особенностью всех статей оказались спортивные термины и преобладание специфической лексики, так как наш материал был изучен в рамках спортивного дискурса. Анализируя грамматические особенности, мы пришли к выводу, что при написании статей для своих блогов авторы ча-

сто используют притяжательный падеж, простое предложение, деепричастные конструкции и простое настоящее время. Целью спортивного блога является обмен информацией по спортивной тематике между людьми, имеющими схожие интересы (спортивные термины). Их письменная речь довольно эмоциональна и часто лаконична (простые предложения), при этом целью блогера, публикующего данную заметку, является привлечение новой аудитории и заинтересованность со стороны читательской аудитории, в связи с чем последний часто использует простое настоящее время для «погружения» читателя в атмосферу спортивного матча, о котором идет речь в тексте.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Акопов Г.Л.* Глобальные проблемы опасности сетевой политики / Г.Л. Акопов. – URL: <http://problem.politnet.ru/oglavlen.html> (дата обращения 02.03.2019).
2. *Гаспаров Б.М.* Язык. Память. Образ. Лингвистика языкового существования / Б.М. Гаспаров. – М.: Новое литературное обозрение, 1996. – 362 с.
3. *Моррис М.* Интернет как масс-медиа / М. Моррис, С. Оган // Журнал коммуникации. – 1996. – № 1.
4. *Новикова Е.Г.* Языковые особенности организации текстов классического и сетевого дневников: дис. ... канд. филол. наук / Е.Г. Новикова. – Ставрополь, 2005. – 255 с.
5. *Шабшин И.И.* Психологические особенности и феномены коммуникаций в Интернете / И.И. Шабшин. – URL: http://zhurnal.lib.ru/s/shabshin_i_i/internet.shtml (дата обращения 10.02.2019).
6. *Якоба И.А.* Интернет как средство социальной коммуникации – особенности виртуального общения / И.А. Якоба // Вестник ИрГТУ. – 2011. – № 8. – С. 342–347.
7. *Crystal, D.* Language and the Internet / D. Crystal. – UK: Cambridge University Press. – 2004. – P. 129–170.

МЕТАФОРА В ЭКОНОМИЧЕСКИХ ТЕКСТАХ НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО, РУССКОГО, КИТАЙСКОГО ЯЗЫКОВ

Тикимбаева З.М.

Латыпов Н.Р.

В статье рассматриваются метафорические номинации в текстах экономического дискурса. Метод концептуальных метафор Дж. Лакоффа и М. Джонсона лежит в основе данного анализа метафоризации и ее особенностей. Раскрываются типы метафор и их доля в бизнес-текстах, исследуются признаки, по которым формируются метафорические модели.