

THE AUTOMOTIVE JARGON IN THE SPHERE OF PROFESSIONAL COMMUNICATION

Abstract: The present article discusses the professional jargon in the automotive industry. The relationship of automotive jargon with such concepts as "term" and "professionalism" is analyzed. The international relations of experts in the sphere of production and scientific and technical knowledge, which are developing rapidly in the modern world, undoubtedly find their reflection in the language, which contributes to the emergence of new units, as in the standard, as in the non-standard lexis. The process of jargonization is one of the productive ways of replenishing the vocabulary of practically all developed languages, reflecting the specifics of professional communication.

Author information:

Tatyana Terzieva
Assistant, PhD
Konstantin Preslavsky University of Shumen
✉ t.terzieva@shu.bg
🌐 Bulgaria

Keywords:

professional language, professional communication,
professionalism, automotive jargon

Любой естественный язык представляет собой знаковую систему со своими внутренними законами функционирования и является средством общения между людьми, которые активно воздействуют на формирование его лексики. В последние десятилетия особенно резко изменились условия функционирования языка. Международные отношения специалистов производственной сферы деятельности и научно-технических знаний ставят ряд вопросов, связанных с профессиональной коммуникацией. Решение этих вопросов зависит от изучения системы специальных понятий, от анализа языковых средств, используемых в конкретной области.

Наряду с компьютерной, медицинской, спортивной, политической, публицистической лексикой, лексикой сферы обслуживания и др., автомобильная лексика и ее специфика идентифицируется как неотъемлемая и весьма активная часть современного русского языка, отражающая динамику его развития. Возрастающий интерес многих исследователей к автомобильной лексике объясняется постоянным расширением пространства ее употребления в повседневной речи [4, с. 215]. Лексика, относящаяся к автомобильной промышленности, уже давно утратила свой узкопрофессиональный статус и стала полноценной частью общезыковой лексики. Это явление обуславливается такими экстралингвистическими факторами как быстро развивающиеся технологии и их нарастающая роль не только в профессиональном общении, но и в повседневной коммуникации.

Современное состояние автомобильной лексики русского языка и диапазон языковых процессов ее развития свидетельствует об ее усложнении, во многих случаях вызванное, с одной стороны, пополнением ее терминологического аппарата, и, с другой, активизацией профессионального и жаргонного уровней. Поэтому во многих исследованиях наблюдается, что интерес к изучению данной тематической группы слов значительно возрастает [1, с. 94–100; 5, с. 78–80; 6, с. 68–73].

Аналогично любой специальной области знания или деятельности, отрасль автомобилестроения использует свой терминологический аппарат, т.е. образует собственную терминосистему – упорядоченную совокупность лексических единиц, адекватно выражающих систему специальных понятий и отражающую определенную сферу человеческих знаний и деятельности [3, с. 7]. С функциональной точки зрения терминосистема представляет собой профессиональный язык или язык для специальных целей, применяемый определенной группой людей, объединенных единым родом деятельности, общение которых происходит на профессиональном уровне. Профессиональное общение является разновидностью взаимодействия между людьми, которое осуществляется на основе определенного вида

деятельности с целью достижения конкретного результата. Цель заключается в разработке участниками данного общения стратегии взаимодействия и построения отношений, приводящих к успешной реализации профессиональной деятельности. В профессиональном общении между специалистами и сотрудниками организации появляются два взаимосвязанных аспекта: взаимодействие и взаимоотношения [10, с. 13–16]. Взаимодействие предопределяется технологией производства или должностными обязанностями, которые ориентированы на согласованные действия по производству продукта или предоставления услуг. Взаимоотношения – это эмоционально окрашенные субъективные симпатии или антипатии людей друг к другу, являющиеся результатом их взаимодействия [11, с. 14–15]. Таким образом, можно отметить, что профессиональный язык представляет собой сложную когнитивно-коммуникативную систему, которая объединяет находящиеся в процессе постоянного взаимодействия языковые средства и экстралингвистические факторы, влияющие на эффективность профессиональной коммуникации.

Структура языка профессионального общения в области автомобилестроения включает в себя так называемый кодифицированный пласт лексических единиц – терминов, которые составляют терминосистему данной отрасли. Этот пласт лексики профессионального языка является устойчивым в рамках официального общения и научно-исследовательской деятельности. Однако, в условиях неофициального общения он находится в непрерывном процессе модифицирования или его границы могут быть размыты. Помимо кодифицированного, литературного пласта профессионального языка в области автомобилестроения, существует и некодифицированный, нелитературный язык, составными элементами которого являются профессионализмы и профессиональный жаргон или специальный сленг (термин "сленг" отличается от термина "жаргон" лишь тем, что, являясь недавно заимствованным англицизмом, еще "не пропитался" отрицательными коннотациями, которые характерны для термина "жаргон" [12, с. 11]). Как средства коммуникации в определенной области знания профессионализмы и профессиональный жаргон выполняют идентификационную функцию, то есть служат показателем принадлежности человека к числу профессионалистов, что позволяет им свободно выражать мысль в своем повседневном профессиональном общении.

Далее более подробно рассмотрим понятия профессионализм и профессиональный жаргон. Известно, что к профессионализмам относятся слова или выражения, свойственные речи той или иной профессиональной группы [5, с. 60]. Эти лексические единицы выступают обычно как просторечные эквиваленты соответствующих по значению терминов, т.е. непосредственно соотносятся с терминами. Существует мнение, согласно которому профессионализмы являются разговорными синонимами терминов [8, с. 128–159]. По своему происхождению профессионализмы являются чаще всего результатом творческого переосмысления, "освоения" узкоспециального явления или терминологических понятий (по внешнему сходству, соответствию функции, признака, свойства и т.д.).

В области автомобилестроения профессионализмы чаще всего служат для обозначения различных производственных процессов, орудий производства, сырья, выпускаемой продукции и т.п. Иначе говоря, они обозначают такие явления и понятия, для наименования которых использование терминов хотя и возможно, но является более сложным и громоздким для профессионального общения. Так например, профессионализмами в рассматриваемой области являются такие слова как *бездорожье* (труднопроходимые места, лишенные дорог; плохое состояние дорог из-за дождей, снежных заносов и т.п.; отсутствие благоустроенных дорог), *тонировка / тонирование автомобиля* (специальное покрытие, которое наносится на внутреннюю сторону окна автомобиля, чтобы изменить его цветовые и отражающие свойства), *тюнингованный / тюнинговочный автомобиль* (обычный автомобиль, который прошел процесс доработки, нацеленный на изменение заводских характеристик: увеличение мощности и эффективности двигателя, повышение эффективности тормозов, улучшение подвески и др.), *запаска* (запасное колесо), *шкурка* (наждачная бумага) и др.

Значительную группу профессионализмов в рассматриваемой области составляют слова, обозначающие устройство автомобиля: *бардачок* (ящик для мелких вещей в салоне авто), *браслет* (игольчатый подшипник), *горшки* (цилиндры двигателя), *губа* (спойлер по низу бампера), *жестянка* (металлические части автомобиля), *затычка* (крышка топливного бака), *метла* (стеклоочиститель для заднего стекла) и др. Из перечисленных примеров заметно, что профессионализмы легко замещают термины по причине присущей им экспрессивности, тем самым делая профессиональное общение более живым, простым и освоенным, более легким для быстрого понимания и употребления. При этом профессионализмы не являются отклонением от общезначимой нормы литературного языка, а воспринимаются как более частная языковая норма,

дифференцированная по социальным сферам их употребления [9, с. 34].

Наряду с профессионализмами в сфере автомобилестроения весьма распространен и профессиональный жаргон. Как и любой другой профессиональный жаргон, автомобильный жаргон формируется в определенном кругу его носителей, которые в процессе неформального общения оперируют специальными понятиями и обозначениями, принятыми именно в этом кругу, объединенном общностью интересов, привычек, занятий, социального положения. По мнению Л. П. Крысина использование профессионального жаргона маркирует его носителя как своего, противопоставляя его чужим в соответствующей среде [7, с. 362–369]. В отличие от терминологии рассматриваемой области, профессиональные жаргонизмы не выражают научных понятий, не образуют самостоятельной языковой подсистемы понятий со своими грамматическими и лексическими особенностями, они экспрессивны, стилистически окрашены.

Автомобильный жаргон появился сравнительно недавно, он не ограничен ни возрастными, ни социальными, ни пространственными рамками. Профессиональный жаргон в рассматриваемой области представляет собой социальную разновидность речи автомобилистов, характеризующаяся специфической лексикой и особым использованием словообразовательных средств. Профессиональные жаргонизмы обладают образностью и экспрессивностью, часто эмоциональностью, ироничностью, стилистической сниженностью (напр. *баранка* вместо *рулевое колесо* или *руль* и т.д.). Автомобильная жаргонная лексика пополняется за счет множества заимствований из разных языков (напр. автомобиль марки *Audi* – *авдотья, аудюха, аудюшка, яйца, четыре кольца*), но большая ее часть создается путем переосмысления общеупотребительных слов (напр. *лапти / ласты* – огромные, широкие колеса). Характер социальной группы (открытость или закрытость) влияет на соотношение и переосмысление разговорной лексики в рассматриваемом жаргоне. Автомобильный жаргон отличается специфическими лексическими особенностями, связанными со спецификой профессиональной производственной сферы. Языковые единицы, возникнувшие как жаргонизмы, впоследствии часто переходят в группу профессионализмов. Именно поэтому часто бывает трудно разграничить понятие жаргонизма и профессионализма.

Исследуемый корпус лексических единиц показывает, что на семантическом уровне четко выделяются несколько тематических групп: 1) номинация различных моделей и марок зарубежных и российских автомобилей; 2) вид и устройство автомобиля, автосервис; 3) характеристика водителя и пассажира; 4) наименования сотрудников ГИБДД (Государственная инспекция безопасности дорожного движения) и автомобильные преступления. Наиболее показательными по количеству входящих в них языковых единиц являются первая и вторая группы.

В **первую группу** входят жаргоны, номинирующие различные модели и марки автомобилей зарубежного и российского производства: **а) названия зарубежных автомобилей:** *баварец*; *Jeep* – *джипарь, джипер*; *Mitsubishi Diamante* – *демон, Диман, Дима*; *Toyota Arista* – *аристон*; *Toyota Land Cruiser 80* – *баклажан*; *Toyota Land Cruiser* – *кукурузник / кукурузер*; *Toyota Lexus* – *Леха, Алексей, Лехус*; *Toyota Corolla* – *корова*; *Toyota Corolla Levin* – *Ленин, лева*; *Nissan Wingroad* – *виноград*; *Opel* – *жопель, ежик*; *Nissan Cefiro* – *кефир / чифирь*; *Mazda 3* – *матрешка*, *Mazda Luce* – *Люська*; *Mercedes* – *Мерин, Барбос, Барбарис (Brabus), панорамик* (с крышей панорамного типа), *Mercedes E-Class* – *очкастый, глазастый, пучеглазый, ешник*, *Mercedes Gelendwagen* – *кубик, квадрателло, гелик*; *Peugeot* – *пыжик, пыж, тивживот*; *Porsche* – *паршивец, поршивец*; *Suzuki Escudo* – *паскуда* и многие другие; **б) названия российских автомобилей:** *ведро с гайками* – любой автомобиль марки ВАЗ; *баржа* – любая модель автомобиля "Волга", начиная с ГАЗ-24 (*тяни-толкай* существует как шутовское прозвище-синоним этого автомобиля); *козел, козлик, буханка, горбушка, воронок, уазкин* – модификации автомобиля УАЗ; *ежик, сапог* – автомобиль марки ИЖ-2126; *калека* – автомобиль марки Москвич-2141; существует и ласкательный вариант имени собственного данной модели *Моська, Мося* и т.д.

Из указанных примеров заметно, что многие автомобили российского производства получили обидные "прозвища", связанные в некоторой степени с плохой конструкцией, сильным шумом при езде, большим количеством поломок, неудобством салона. Так, любые автомобили российского производства называют как *ведро, ведро с болтами (или с гайками), таз, тазик, болтотаз, табуретка, погремушка*. Жаргонизмы образованы на основе метафорического переноса, по причине сходства свойств предметов быта, окружающих человека в повседневной жизни, с транспортными средствами. Отметим, что жаргонная номинация *таз* возникла, вероятнее всего, не на основе метафоры, а на основе названия завода, выпускающего российские автомобили – Тольяттинский автомобильный завод, а точнее, его аббревиатуры – ТАЗ.

Можно отметить также, что на основе числительных, обозначающих модель транспортного средства, появились самые распространенные номинации. Так например, ВАЗ-2106 называют *шестерка*, ВАЗ-2107 – *семерка*, ВАЗ-2108 – *восьмерка*, ВАЗ-2109 – *девятка*, ВАЗ-21099 – *девяносто девятая* (или *девять-девятка*), ВАЗ-2110 – *десятка* и т. д. По мнению Е. Г. Гавриловой эти лексемы относятся к нейтральной разговорной лексике, они не выражают субъективную оценку. Во многих случаях к производящим основам данных существительных, которые по своему значению соответствуют числу, присоединяются разговорные суффиксы или аффикс отсекается: *десятка* – *десярик*, *двенадцатая* – *двенашка*, *двенарь*, *четырнадцатая* – *четырка*, *чепырка* (звуковая замена [т] – [п] для создания комического эффекта) [2].

Наряду с номинациями различных моделей и марок автомобилей к данной группе также можем отнести большое количество уменьшительно-ласкательных наименований автомобиля и специфические "обращения" по отношению к личному автомобилю: *девочка* (когда брыкается на дороге – *девочка моя*, *ну, поехали*), *детка*, *звездочка*, *звереныш*, *зверушка*, *золотая*, *кисонька*, *кобыла* (в таком употреблении – если автомобиль не заводится), *конфетка*, *красавица*, *крошка*, *лапочка* / *лапусечка*, *ласточка*, *лялька*, *малышечка* / *малышка*, *машина* / *машинка*, *старушка* / *старушечка*, *тачка* и др.

Во второй группе относятся жаргонные наименования, относящиеся к виду, устройству и автосервису автомобиля. Например, ВАЗ-2108 называют *зубило* или *акула* за характерную форму кузова, а также за довольно прочный передний бампер; УАЗ-452 получил название *буханка* или *батон* / *батончик* за соответствующую форму кузова и поперечные ребра жесткости, напоминающие нарезанный хлеб (кроме *буханки* эту модель называют еще и *таблеткой*, так как в армии этот автомобиль используется в качестве санитарного); другую модель автомобиля, выпускаемую на Ульяновском автомобильном заводе, УАЗ-3033 именуют *головастиком* за форму кабины; УАЗ-469 назвали по распространенной кличке дворовой собаки *бобиком* за некоторое сходство передней части автомобиля с мордой дворняги. Автомобиль Ижского автозавода ИЖ-2715 из-за своей формы, похожей на туфлю, получил прозвище *каблук* или *каблучок*. Большую часть жаргонных наименований из этой группы составляют языковые единицы, номинирующие устройство и автосервис автомобиля: *банан*, *желток* – запасное колесо небольшого диаметра на ярко-желтом диске; *бочка*, *банка* – спортивный глушитель; *загробалы* – колеса с очень мощным протектором; *зажигалка* – бензиновый двигатель внутреннего сгорания; *зенки* – фары; *вонючка* – освежитель-ароматизатор воздуха в салоне; *горшок*, *котел* – цилиндр; *европеец* – автомобиль с левым расположением руля; *затычка* – крышка топливного бака; *коротыш* – короткобазный 3-х дверный джип; *кочерга* – ручная или механическая коробка передач; *мухобойка* – дефлектор капота в виде пластмассовой полоски, предназначенный для защиты ветрового стекла и капота от попадания насекомых и камней; *лапти* / *ласты* – большие, широкие колеса; *лоховоз* – старый автобус; *микрик*, *микроб* – микроавтобус; *мясорубка*, *весла* – ручные стеклоподъемники; *ошейник* – номер автомобиля; *слепыш* – автомобиль с открывающимися фарами; *трухлявый скелет* – ржавый прогнивший кузов; *тяпка* – автоматическая коробка передач; *уши* – зеркала у боковых передних стекол; *упакованный* / *тюнингованный* – автомобиль, имеющий много дополнительных опций; *прибамбасы*, *примочки*, *фарш*, *навороты* – дополнительное оборудование и различные дополнительные опции в автомобиле; *ходовка* – ходовая часть автомобиля; *хаборятник* – багажник (от *хабор* – *барахло*); *чвакалка* – сигнализация; *чилитра* – малолитражный автомобиль; *шар* – подушка безопасности; *шарабан* – неказистый автомобиль; *якорь* – ручной тормоз; *яйца* – рычаг стабилизатора поперечной устойчивости; *тотал*, *затоталить* – отправить машину под списание после аварии в связи с нецелесообразностью ремонта и др.

Третья группа жаргонизмов объединяет наименования, характеризующие водителя и пассажира. Большая часть данных наименований относится к водителям и пассажирам такси. Например, *кочерыжник* – таксист, специализирующийся на доставке овощей и фруктов на городские рынки; *спиртовоз* (он же *чумовоз*) – таксист, занимающийся спекуляцией спиртными напитками; *центровой* – таксист, работающий у крутых гостиниц (выбирает выгодных пассажиров из иностранцев, зачастую принимает в оплату валюту, импортные вещи, сигареты и т.п.); *щипач* – таксист, выделяющийся из очереди на регулируемых стоянках такси выгодных пассажиров и производящий их посадку в свою машину с нарушением правил поведения на стоянке;

афанас (он же *сапог*) – военнотрудовой среднего командирского состава, рассчитывающийся за проезд строго по счетчику; *лох* – простак из глубинки, незнакомый со столичной жизнью, опасющийся обмана и обсчета; *сладкий* – пассажир, который щедро платит сверх показаний таксометра; *пиджак* – обычный работяга, редко пользующийся услугами такси,

с которого можно было получить значительные чаевые; *халдей, торгаши* – люди, располагающие деньгами, регулярно пользующиеся услугами такси, как правило, с одними и теми же водителями и другие, например: *купец* – покупатель из другого региона; *кегли* – пешеходы на проезжей части; *чайник, лох педальный* – неопытный участник дорожного движения.

В четвертую тематическую группу входят жаргонизмы, называющие а) сотрудников ГИБДД: *артемон, гай, гайец, гиббон, продавец полосатых палочек, мусор, папуас, постамент* – ГИБДДшник на посту и б) автомобильные преступления: *автоподстава* (чаще во мн. ч. об автомобильных преступлениях); *девочка* – любой угоняемый автомобиль; *занозы* (чаще употребляется именно во мн. ч.) – современные сканеры для автоугона, приспособления для снятия сигнализации с замка зажигания; *коробка* – гараж, отстойник для угнанного автомобиля; *набор железа* – идентификационные номера для угнанных автомобилей; *нырнуть во дворы* – обехать пробку на дороге или сократить маршрут; *прописка* – система слежения за автомобилем, как правило, речь идет о навигационной системе. Так например, в словосочетании *иметь прописку* подразумевается наличие такой системы слежения за конкретным автомобилем.

Анализ показывает, что список автомобильного жаргона можно расширять бесконечно, так как с появлением нового понятия в профессиональных языках создается термин для его номинации, затем термины получают стилистическую окраску профессионализмов, после чего часто переходят в жаргонную лексику. Наряду с терминологической лексикой и профессионализмами, автомобильный жаргон представляет собой динамично развивающийся лексический пласт в современном русском языке, демонстрирующий яркие лексико-семантические особенности.

References:

1. *Bauman E. S. Zrargon avtolyubitelej (po materialam Internet-konferencij) // Yazyk i obshchestvo na poroge novogo tysyacheletiya: itogi i perspektivy. Tezisy dokladov mezhdunarodnoj konferencii. Moskva, 23–25 oktyabrya 2001 g., Moskva, 2001, S. 147–149.*
2. *Gavrilova E. G. Slovoobrazovanie v avtomobilnom zhargone (na primere nominacij marok otechestvennyh avtomobilej) // Mezhdunarodnyj studencheskij nauchnyj vestnik, 2016, № 5–3., URL: <http://eduherald.ru/ru/article/view?id=15994>.*
3. *Kiyak T. R. Lingvisticheskie aspekty terminovedeniya: Uchebnoe posobie. Kiev: UMK VO, 1989. 104 s.*
4. *Kostomarov V. G. Novye slova i znacheniya, svyazannye s avtomobilizaciej // Sbornik dokladov i soobshchenij Lingvisticheskogo obshchestva. Vyp. 5., Kalinin, 1975, S. 215–241.*
5. *Kostomarov V. G. Yazykovej vkus ehpoi. Iz nablyudenij nad rechevoj praktikoj mass-media. Izdanie trete, ispr. i dop. Sankt-Peterburg: Zlatoust, 1999. 320 s.*
6. *Kosyh E. A. Avtomobilnaya koloristika i ee otrazhenie v leksike russkogo yazyka // Slovo pamyati. Moskva: AST, 2003. S. 68–73.*
7. *Krysin L. P. Russkoe slovo, svoe i chuzhoe: Issledovaniya po sovremennomu russkomu yazyku i sociolingvistike. Moskva: YAzyki slavyanskoj kul'tury, 2004. S. 362–369.*
8. *Lakoff Dzh., Dzhonson M. Metafory, kotorymi my zhivem // Yazyk i modelirovanie socialnogo vzaimodejstviya. Moskva: Editorial URSS, 1987. S. 128–159.*
9. *Mechkovskaya N. B. Socialnaya lingvistika. Moskva: Aspekt-Press, 1996. 207 s.*
10. *Nikolova D. G. Kommunikaciya v sfere informacionnyh tekhnologij i zhargon kak odno iz ee sredstv // Litera scripta manet. Sluzhenie slovu. Yubilejnyj sbornik nauchnyh trudov, posvyashchennyh 65-letiyu prof. d-ra Totki Ivanovoj. Shumen: UI "Episkop Konstantin Preslavski", 2015. S. 111–129.*
11. *Noskov V. A. Psihotekhnika obshcheniya. Moskva: IMC GUK MVD Rossii, 2001. S. 13–16.*
12. *Snetkov V. M. Psihologiya kommunikacii v organizacijah. Sankt-Peterburg: SPbGU, 2000. S. 14–15.*
13. *Homyakov V. A. Nestandartnaya leksika v strukture anglijskogo yazyka nacionalnogo perioda: Avtoref. dis. ... dokt. filol. nauk / Leningradskij gosudarstvennyj universitet. Leningrad, 1980. 39 s.*