

## МЕСТО ЦВЕТА В СЕМИОТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ СПОРТА

*А. С. Кобыскан, Е. А. Яковлева*

*Башкирский государственный педагогический университет им. М. Акмуллы, Уфа, Россия*

Предлагается анализ функции цветообозначений в семиотической системе спорта. Особое внимание уделяется роли цвета с формальной, функциональной, семантической, эстетической, психологической и семиотической сторон, в частности, для маркировки спортивных коллективов, их дифференциации по цвету, отражения в цветах коллектива определенных корпоративных качеств, установления контакта с аудиторией для передачи определенной информации и эмоционального воздействия. Общность указанных функций подтверждается примерами из футбольного, автогонного, хоккейного дискурса, а также событиями и визуальными кодами других видов спорта.

**Ключевые слова:** цветообозначения, функция цвета, семиотика спорта, лексика и терминология спорта, лексика футбола, лексика автогонок.

Вопросы символики цвета всегда были значимы для человечества. В древних культурах цвет использовался как атрибут принадлежности людей к различным социальным слоям общества или как символ выражения тех или иных идей духовного мира человека. Сегодня социокультурные трансформации влекут за собой изменения в культурных кодах, языках и образах, что, в свою очередь, приводит к трансформации цветового символизма. При этом определенные идеи и цели находят свое выражение через визуальные и дискурсивные формы.

Слова со значением цвета в языке образуют соответствующее лексико-семантическое поле, совокупность колором, связанных отношением подчинения с обобщающим понятием, выраженным архисемой *цвет*. Поля цветообозначения могут быть рассмотрены в различных аспектах: формальном, функциональном, семантическом, эстетическом, психологическом и, конечно, семиотическом. С языковой точки зрения прилагательные цветообозначения «занимают промежуточное положение между “подлинными” именами и “подлинными” предикатами. Слово-цветообозначение, как и всякое слово, является знаком: оно выражает концепт и указывает на денотат» [11. С. 109]. Этот факт обуславливает их семантическое и семиотическое развитие.

Результатом семантического развития цветовых слов явилось сосуществование в языке их прямых, переносных и символических значений, что активно использовалось и используется в различных видах словесного художественного творчества и разного рода дискурсах.

Говоря о лексическом поле цвета, стоит сказать о его влиянии на сознание. Эту проблематику рас-

сматривали А. А. Потебня и А. Ф. Лосев, для которых внутренняя форма слова есть отношение, и именно отношение мысли к сознанию; но если для А. А. Потебни это отношение собственной человеческой мысли к сознанию [7. С. 89], то для А. Ф. Лосева это есть отношение собственной мысли предмета, идеи самого предмета к сознанию [4. С. 191].

Сообщение, заключенное в тексте, может быть представлено вербально (словесный текст) или иконически, то есть изобразительно (греч. *eikon*) — изображение) [12. С. 158]. В XX и XXI вв. визуальный способ выражения идей выходит на первый план, следствием чего становится появление культуры массмедиа и ее дальнейшая трансформация, развитие невербальных кодов в общественных сферах, в том числе в спорте.

Визуальная символика и ее выражение довольно спонтанны, являются следствием наиболее актуальных идей и проблематики [6. С. 140]. Формируемые визуальные образы «экономно» передают адресату (зрителю) большой объем информации, в частности, включая представления о «хорошем» и «плохом», «своем» и «чужом» и пр.

Спорт по своей сути является визуальной знаковой структурой, обладающей закрытой системой коммуникативных отношений: «в отличие от линейного характера словесных сообщений система зрительной коммуникации не линейна, а двухмерна, потому что адресат, созерцающий картину, воспринимает сообщение как целое» [8. С. 414]. В связи со сказанным всю визуальную составляющую спорта («зрелищного» характера) стоит признать компонентом спортивного метатекста креолизованного типа.

В современной науке обосновано, что спорт является семиотической системой [2. С. 25]. Данное обстоятельство позволяет выявить в нем *категории формы, содержания и значения*. Правила соревнований, выполняющие функцию *формы* в семиотической структуре спорта, получают воплощение в самом соревновании, которое выражает *содержание* спорта. В свою очередь результат (счет, итог) относится к категории *значения* — он придает смысл и является целью любого спортивного соревнования.

Во второй половине XX в. детально разрабатывались общие вопросы эстетики спорта [5; 9], в последние десятилетия исследования носят преимущественно частный характер. Так, например, изучению подверглись эстетика вестиментарной (экипировочной) культуры спорта [3] и отдельных видов спортивных дисциплин [1].

В рамках данной статьи мы рассматриваем цвет как один из наиболее значимых компонентов содержательной категории спортивной семиотики.

### Роль цвета

#### в командных спортивных соревнованиях

Цвета в спортивных соревнованиях выполняют сигнальную, репрезентативную, дифференцирующую, символическую, контактоустанавливающую, эмоциональную и даже магическую функции.

Цвет является неотъемлемой составляющей сигналов в различных видах спорта. При этом за цветом, как правило, закрепляется какое-либо основное значение: *красный* чаще всего обозначает запрещение, *желтый* вводит ограничения, *зеленый* — разрешение, *черный* — наказание и т. п.

Так, например, в футболе для демонстрации штрафных решений арбитра в отношении игроков применяются цветные карточки: *желтая* (предупреждение) и *красная* (удаление). В последнее время в футболе (итальянская «Серия В») внедряется применение *зеленой* карточки, которую показывают игроку в целях поощрения за честную игру.

В автогонках и мотогонках также используются сигналы, основанные на определенных цветах, — в виде световых огней и демонстрации флагов.

Стартовые огни и фонари при выезде из боксов, по сути, можно считать спортивным вариантом дорожного светофора, что и отражается на подаваемых ими сигналах: *красный* означает закрытие движения по трассе, *зеленый* — открытие движения (старт или начало прогревочного круга). Также при помощи световых огней, соответствующих флагам, стюарды вдоль трассы подают сигналы

гонщикам (и зрителям) в темное время суток (согласно п. 5 приложения Н к Международному спортивному кодексу) [22. С. 11].

По ходу авто- и мотосоревнований судьи регулируют ход гонки при помощи цветных флагов, значение которых закрепляется в приложении Н к международному спортивному кодексу [22. С. 14—19]:

1. *Национальный флаг страны*, принимающей соревнование, может использоваться в качестве стартового.

2. *Красный* — остановка гонки.

3. *Клетчатый черно-белый* — финиш гонки или завершение тренировочного/квалификационного заезда.

4. *Черный* флаг — штраф/дисквалификация спортсмена/экипажа.

5. *Черно-оранжевый* — требование исправить техническую проблему на транспортном средстве или сойти с дистанции.

6. *Черно-белый* — наказание спортсмена/экипажа за неспортивное поведение.

7. *Желтый* флаг — опасность на трассе (снижение скорости, запрет на обгон).

8. *Красно-желтый* — предупреждение о скользкой дороге (в дождь или при разливе масла).

9. *Синий* — сигнал о приближении быстрой машины.

10. *Белый* — предупреждение о нахождении медленной машины на трассе (в сериях NASCAR и IndyCar — предупреждение о последнем круге гонки).

11. *Зеленый* — конец опасной ситуации на трассе или рестарт гонки.

Таким образом, принципы отбора цветообозначений для сигналов в целом соответствуют как традиционным представлениям о семантике цвета (*красный, черный, желтый, зеленый*), так и традиционным правилам дорожного движения (применительно к авто- и мотогонкам). Рассмотренные примеры демонстрируют функциональную сторону цветов на внутриспортивном (регламентационном) уровне.

Вторая обозначенная нами функция цвета позволяет маркировать тот или иной спортивный коллектив. Во многих дисциплинах мы можем визуально оценить состав команды по одинаково оформленной одежде спортсменов и лиц, обеспечивающих процесс участия в соревнованиях, в частности представителей тренерского корпуса, медперсонала, технических инженеров и механиков (упоминание последних двух видов профес-

сий — применительно к мотогонкам и автогонкам) и др. В случае если коллектив добивается высоких результатов и становится медийно узнаваемым, цвет становится одной из важнейших составляющих спортивного бренда. Смена цветов клуба — явление, которое ранее происходило в спорте весьма редко и имело, как правило, под собой весомую причину — слияние с другим клубом, смена владельца и т. п. В некоторых случаях споры, связанные со сменой основных цветов, могут привести к возникновению конфликта и разделению коллектива. Связанно это с тем, что цвет, равно как и логотип, флаг, герб и гимн, является «символом» спортивной команды. Здесь во многом проявляются воинские традиции — воинское подразделение существует, пока сохраняется его знамя. Клуб «жив» до тех пор, пока есть те, кто хранит его атрибутику (даже несмотря на юридическую ликвидацию). Это характерно для многих видов спорта. О важности цвета в формировании образа спортивной команды говорит и наличие процесса метонимизации, когда название цвета командной атрибутики переносится на команду в целом или на спортсменов.

В автоспорте гонщиков часто именуют по цветам автомобилей. Пример: «Красные начинают и...» [14] или «Красная угроза» [13]. В данных выражениях *красные* — это гонщики итальянской команды Ferrari, основным цветом в расцветке автомобилей которых является *красный*.

В командных видах спорта также отмечается данный способ метонимизации: «В предпоследнем туре чемпионата России в минувшие выходные ЦСКА провел сверхпринципиальный матч, в котором встречался с московским “Спартак”. “Красно-синие” вырвали победу на последних минутах» [15]; «бело-голубые» крепко стоят на ногах и пока имеют простор для маневра. Но для тренера Виктора Прокопенко время ограничено этим сезоном: если “Динамо” не окажется наконец “в медальях”, головы руководителей клуба полетят» [21].

В хоккее с шайбой устойчивое название «Красная машина» служит для обозначения национальных сборных СССР и России, «Зеленая машина» — прозвище ХК «Салават Юлаев» и фанатского движения данной команды.

Третья функция цвета позволяет различать представителей спортивных коллективов между собой. Благодаря цветоразличению актуализируется сигнальная система «свой-чужой». Это необходимо как для выстраивания взаимодействия между спортсменами одной команды (с внутриспортив-

ной точки зрения), так и для формирования контрастного визуального образа соревнований (медийный план). Чаще всего именно представители телевидения оказывают влияние на выбор цвета формы спортсменов: «Долгое время вопрос, кто как должен выглядеть, решало телевидение. Раньше, когда телевидение было черно-белым, одна команда всегда была светлой, другая — темной. После прихода цвета на экран телевидение требовало от команд контрастных сочетаний» [19].

Стоит отметить, что выбор цвета спортивной формы может иметь и тактическое обоснование: при схожем цветовом оформлении команд-соперников спортсмены могут чаще ошибаться, что в некоторых случаях может дать преимущество одной из сторон. Чаще всего случаи использования мало-различимых по расцветке форм можно встретить в футболе. Один из примеров — матч между командами ЦСКА («красно-синими») и «Локомотив» («красно-зелеными»), состоявшийся 28.07.2019, где на основном красном фоне обоих типов игровых форм дополнительные цвета были менее контрастны между собой.

Еще одна функция — символическая — позволяет отражать в цветооформлении какие-либо качества, особо почитаемые спортивным коллективом, корпоративные цвета (если какая-либо организация выступает в качестве спонсора или организатора), цвета, характерные для географических мест, с которыми связан спортивный клуб (город, административно-территориальная единица, край); цвета, символизирующие национальную культуру или страну. Рассмотрим данные явления подробнее.

Нередко причиной принятия командой для себя определенного цвета или сочетания цветов является память о каких-либо традициях или событиях. В частности, использование ФК «Барселона» в качестве основных цветов *синего* и *гранатового* исторически обусловлено (по одной из версий) слегка видоизмененными цветами швейцарского кантона Тичино — родины Жоана Гампера, сооснователя клуба. Пермский ФК «Амкар» получил *красно-черный* цвет благодаря любви руководства клуба к итальянскому ФК «Милан», исторически имеющему данные цвета. Официальное объяснение выбора расцветки команд «Динамо» объяснялся тем, что «голубой цвет символизирует электричество, а следовательно, динамо-машину. Существует и другая версия: чекисты решили символизировать слова своего руководителя Феликса Дзержинского о светлых и чистых помыслах сотрудников этой

организации и выбрали для этого бело-голубые цвета» [16]. Традиционные цвета клуба «Пари Сен-Жермен» сложились в результате объединения в 1970 г. двух клубов — «Сен-Жермен-ан-Ле», игравшего в *белой* форме, и «Пари», выступавшего в *красно-голубых* цветах. Другой французский футбольный клуб, «Осер», с 1909 г. выступает в *бело-голубых* цветах, которые являются символом непорочности и небесной правды и ассоциируются с Пресвятой Девой Марией, традиционно изображаемой художниками в белых одеждах и голубой накидке [17].

На протяжении XX в. значительно возрос фактор спонсорства при брендировании спортивных команд. Многие коллективы окрашиваются в корпоративные цвета. В современном футболе это мало представлено, несмотря на участие таких заводских клубов, как «Вольфсбург», «Байер», «Сошо», «ПСВ» и др. Их цвета не повторяют в точности цвета компаний владельцев или спонсоров. Более того, «Сошо» и «ПСВ», утратив «заводской» статус, сохранили свои традиционные цвета. Тем не менее отдельные примеры корпоративного брендирования существуют: ФК «Луч-Энергия» в середине 1990-х гг. использовал *желто-красно-черную* форму, рекламируя пиво «Форекс». После ухода спонсора владивостокская команда перешла в *желто-синюю* гамму [16]. ФК «Газовик» («Оренбург»), в свою очередь, переходил от *желто-черных* к *бело-голубым* цветам компании «Газпром». Подобные примеры можно встретить в Германии: «Штутгарт» оформил своей формы и герб клуба на ней оформил в *черно-белых* (= *серых*, = *серебристых*) цветах бренда Mercedes, а в 2009 г. был создан клуб «Лейпциг», владельцем которого является австрийский производитель напитков Red Bull. Красные бодающиеся быки изображены на логотипе клуба, а форма футболистов выполнена в корпоративных *бело-красных* цветах.

В автогонках, напротив, очень часто применяется практика смены цветов в честь спонсоров. Команда Lotus в «Формуле-1» за свою многолетнюю историю меняла исходную *зеленую* ливрею на *красно-золотисто-белую*, *золотисто-черную*, *желтую*, *зелено-желто-белую*; Jordan с 1991 по 1997 г. менял *зеленую* окраску болидов на *синюю*, *бело-синюю*, *бело-сине-зеленую*, *бело-зеленую*, *желтую*, *бронзовую*, *желто-черную*. Автомобили Sauber за свою историю с 1993 по 2018 г. выходили на трассу в *черной*, *темно-синей*, *сине-зеленой*, *бело-сине-зеленой*, *бело-голубой* (цвета BMW), *бело-черной*, *бело-серой*, *серой*, *сине-желтой*, *сине-*

*белой*, *гранатово-белой* (цвета Alfa-Romeo) ливрее. В «младших» сериях практически не встречаются случаи сохранения командами исторических цветов.

При выборе внешнего облика спортсменов многие коллективы подбирают цвета, символически значимые для «родных» географических мест.

В футболе такими примерами являются:

- ФК «Москва», использовал *черный* и *гранатовый*: «в системе идентификации цветов они представляют собой так называемый 201-й пантон (так в полиграфии называется составная краска), который использовался при создании современного столичного герба» [16].

- ФК «Луч» (Владивосток). В конце XX в. надолго переоделся в *желто-синие* тона, где *желтый* — цвет солнца, а *синий* — Японского моря [16].

- Официальные цвета ФК «Томь» — *бело-зеленые*. Это традиционные краски Сибири. *Зеленый* символизирует тайгу, *белый* — снег [16].

- Донецкий «Шахтер» — сочетание *оранжевого* и *черного* цветов в Донбассе традиционно ассоциируется с солнцем и углем [20].

- ФК «Олимпик» (Лион). В июле 1950 г. Альбер Трийа, профессор медицины и член управляющего совета «Лиона», предложил взять для лионского «Олимпика» цвета представляемого им города: *красный*, *синий*, *белый* и *золотой* [17].

Национальные цвета, как правило, отражены в командах всех видов спорта вне зависимости от их специфики. Это позволяет демонстрировать единство и патриотизм нации. Примеры: основной цвет Франции Bleu de France — *синий*, Нидерландов — Nederlandse Orange — *оранжевый*, Бразилии — *желтый*, Японии, Польши, Монако, Канады, Швейцарии — *красный* и *белый* и др. *Зеленый* цвет — мусульманские страны, Ирландия.

В футболе существуют примеры, демонстрирующие, что далеко не всегда традиционные цвета форм команд соответствуют национальным. Например, название сборной Италии Squadra azzurra напрямую указывает на ее традиционно *синий* цвет (не *зеленый* или *красный*, что может показаться более мотивированным).

В автогонках также существует своя система специальных обозначений национальных цветов гоночных автомобилей. При этом приоритетом обладает участник соревнования: традиционно частный владелец красит свою машину в цвета своей страны, а не производителя. Данная система обозначений также имеет собственную мотивированность и не всегда связана напрямую

с официальными государственными цветами. Так, в Англии классическим считается British Racing Green — *зеленый*, в Италии Rosso Corsa — *красный*, в Германии die Silberpfeile — *серебристый*, в США — Cunningham racing stripes — *белый с синими* полосами или *синий с белыми* полосами. Как правило, наиболее частотными в текстах СМИ среди данных цветообозначений являются British Racing Green и Rosso Corsa. Это объясняется наличием развитого рынка спортивных автомобилей в Италии и почитанием гоночных традиций как в Италии, так и в Великобритании. Есть и обратный пример: die Silberpfeile часто калькируется именованим «Серебряные стрелы», которое относится не столько к окраске автомобиля, сколько к автомобилю как таковому.

Помимо указанных функций, цвета в рамках спортивной сферы выполняют еще и такие: фатическую, магическую и эмотивную. Нередко цвет используется спортсменами для установления контакта с аудиторией, передачи какой-то определенной информации, например: использование *черных* нарукавных повязок в знак памяти о какой-либо трагедии или траурных памятных дат, использование лент национальных цветов в знак политической поддержки определенных сил и т. д. Реже цвет используется как универсальный способ обозначения юридического статуса того или иного спортивного коллектива, например: *серая* униформа спортсменов на олимпийских играх и выступление под флагом нейтрального цвета (не имеющего отношения к национальным символам). В отдельных случаях цвет может использоваться как «сообщение» конкретному адресату — например, в 2019 г. российская прыгунья с шестом Аксана Гатауллина после победы на юниорском чемпионате Европы в Швеции совершила круг почета с *розовым* пледом в *белый горошек*, выражая протест против дисквалификации Всероссийской федерации легкой атлетики [18].

Многие ритуалы в спорте основаны на использовании цветообозначений. Смена цвета становится своего рода обрядом инициации. Так, в частности, в разных видах борьбы при повышении уровня своего мастерства спортсмены меняют цвет пояса в своей амуниции. В футболе при подписании нового футболиста команда проводит специальную презентацию, где новобранцу торжественно вручается футболка его новой команды. Это, как правило, элемент «домашней» формы команды, которая чаще всего окрашивается в основные цвета клуба. Подобного рода презентации проводятся

и в других видах спорта. Тем самым происходит «перекрашивание» спортсмена, его первое вхождение в новый коллектив. Именно так проявляется магическая функция цвета.

Согласно психологическим концепциям, использование определенных цветов в визуальном образе спортсменов обусловлено их ассоциативным восприятием и эмотивным воздействием. Рассмотрим данную функцию на примере психологического воздействия *красного* и *синего* цветов.

*Красный* — символ проявления силы во всех формах воли к победе, мужественности: «...Мощное возбуждение психики от красного цвета имеет весьма навязчивый характер. Своего рода принудительный стимул к активной экстраверсии. То есть к деятельности, направленной вовне личности. В этом принуждении участвует весь организм человека. Пульс учащается и усиливается. Увеличивается артериальное давление крови и внутриглазное давление. Дыхание учащается и углубляется. Активизируется мускульная система. Увеличивается скорость движений, так как время в красном цвете переоценивается» [10. С. 38].

*Красный* цвет соотносится с агрессией, поэтому спортсмены в красном, ощущая большую уверенность, проявляют большую напористость. По этой же причине бороться с одетыми в *красное* людьми оказывается сложнее.

*Синий* в противовес *красному* олицетворяет покой, отдых, рациональность, социальные связи, которые человек выстраивает вокруг себя, и, как следствие, проявление чувства принадлежности к группе, дружбы, доверия, любви и преданности. При воздействии *синего* цвета «длительность выдыхания еще более увеличивается. Пульс урывается и ослабляется. Почти исчезает чувство боли. *Синий* снижает мускульное напряжение. При длительных физических работах отрицательно сказывается на производительности труда. Время в этом цвете также недооценивается» [Там же. С. 49].

Символика цветов спортивных клубов по большей части совпадает со стереотипным образом поведения их фанатов. Так, в частности, можно соотнести возбуждающее воздействие красного цвета по темпераменту фанатов *красно-белого* футбольного «Спартак», английских клубов «Манчестер Юнайтед», «Арсенал». В противоположность этому следует отметить более спокойное поведение болельщиков клубов «Динамо», «Интер», «Манчестер Сити», «Миллуол», основными цветами которых являются *синий* или *голубой*.

Подводя итог всему сказанному, мы можем сделать вывод о том, что цветообозначения, являясь неотъемлемой частью лексики, входят в семиотическую систему различных сфер, в том числе спортивной. Выбор символики цвета отражает прежде всего лингвокультурные характеристики участников соревнований. Цвет в семиотической структуре спорта выполняет несколько функций, позволяющих не только выделять спортивные коллективы и различать спортсменов, но и заключать в себе определенные культурные и истори-

ческие коды, оказывать эмоциональное воздействие. Одним из специфических процессов становится метонимия, при которой наименования цветообозначений, детерминируя коллективы, становятся частью ономастической лексики спортивного подъязыка.

Цвет спортивного коллектива, имея установленную и узаконенную мотивированность, может также служить определенным кодом для стороннего зрителя, демонстрирующим качества спортсменов, команд или людей, с ними связанных.

### Список литературы

1. Воронин, Р. Е. Философско-эстетические и художественные аспекты танцевального искусства (спортивный бальный танец, вторая половина XX века) : автореф. дис. ... канд. искусствоведения / Р. Е. Воронин. — СПб., 2007. — 25 с.
2. Климов, М. Ю. Семиотическая система спорта как феномен культуры : дис. ... канд. филос. наук / М. Ю. Климов. — Барнаул : РГБ, 2007. — 123 с.
3. Кулиничева, Е. А. Олимпийцы и космическая гонка: эстетика и технологии космоса в униформе для большого спорта / Е. А. Кулиничева // Вестн. ПНИПУ. Культура. История. Философия. Право. — 2018. — № 2. — С. 50—59.
4. Лосев, А. Ф. Форма. Стил. Выражение / А. Ф. Лосев. — М. : Мысль, 1995. — 943 с.
5. Лоу, Б. Красота спорта. Междисциплинарное исследование / Б. Лоу. — М. : Радуга, 1984. — 256 с.
6. Первушина, Н. А. Границы применимости психологических теорий восприятия визуальной информации / Н. А. Первушина // ПРАЭНМА. Проблемы визуал. семиотики. — 2015. — № 1 (3). — С. 140—146.
7. Потебня, А. А. Слово и миф / А. А. Потебня. — М. : Правда, 1989. — 623 с.
8. Прието, А. Из книги «Морфология романа» / А. Прието // Семиотика: Антология. — М. ; Екатеринбург, 2001. — С. 392—422.
9. Сараф, М. Я. Введение в эстетику спорта : учеб. пособие для ин-тов физ. культуры / М. Я. Сараф, В. И. Столяров. — М. : Физкультура и спорт, 1984. — 104 с.
10. Серов, Н. В. Светоцветовая терапия (Терапевтическое значение цвета: информация — цвет — интеллект) / Н. В. Серов. — СПб. : Речь, 2001. — 124 с.
11. Фрумкина, Р. М. Цвет, смысл, сходство / Р. М. Фрумкина. — М. : Наука, 1984. — 176 с.
12. Яковлева, Е. А. Юрислингвистика: креолизованный текст как объект экспертизы / Е. А. Яковлева // Вестн. Челяб. гос. ун-та. — 2013. — № 1 (292). — С. 157—163.

### Материал исследования

13. Иванов, С. Красная угроза / С. Иванов // Авто Ревю. — 2006. — № 15 (362).
14. Иванов, С. Революция переносится? / С. Иванов // Авто Ревю. — 1994. — № 15 (83).
15. Ивашов, Н. Охота на «волков» [Электронный ресурс] / Н. Ивашов // Газета РБК. — URL: <http://www.rbcdaily.ru/2009/11/25/lifestyle/444031.shtml> (дата обращения 15.07.2019).
16. Форменное безобразие (ч. 1) [Электронный ресурс] / Д. Ильченко, В. Тахтерин, В. Кульчицкий [и др.] // Спорт-Экспресс Футбол. — 18.05.2007. — URL: <https://sportvictorine.livejournal.com/326011.html> (дата обращения 15.07.2019).
17. Форменное безобразие (ч. 2) [Электронный ресурс] / Г. Кудинов, Р. Уильямс, М. Квятковский, Е. Шанинский, А. Просветов // Спорт-Экспресс Футбол. — 25.05.2007. — URL: <https://sportvictorine.livejournal.com/326290.html> (дата обращения 15.07.2019).
18. Никонов, Н. Российская легкоатлетка после победы пробежала круг почета с пледом вместо флага [Электронный ресурс] / Н. Никонов // Life. — URL: [https://life.ru/t/%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8/1231043/rossiiskaia\\_ieghkoatljetka\\_poslie\\_pobiedy\\_probiezhala\\_krugh\\_pochiota\\_s\\_pliedom\\_vmiesto\\_flagha](https://life.ru/t/%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8/1231043/rossiiskaia_ieghkoatljetka_poslie_pobiedy_probiezhala_krugh_pochiota_s_pliedom_vmiesto_flagha) (дата обращения 23.10.2019).

19. Полозов, А. А. Удивительный мир спорта. Цвет формы — путь к успеху / А. А. Полозов // Спорт в школе — 2006. — № 20 (399).

20. Рыжков, А. Цвета футбольных клубов. Традиции или пережитки прошлого? [Электронный ресурс] / А. Рыжков. — URL: <https://www.obozrevatel.com/sport/football/tsveta-futbolnyih-klubov-traditsii-ili-perezhitki-proshlogo.htm> (дата обращения 15.07.2019).

21. Скворцов, О. Футбол не стоит денег / О. Скворцов, Д. Глухих, А. Харитонова // Совершенно секретно. — 2003.

22. Appendix H. Recommendations for the supervision of the road and emergency services — 2019 [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.fia.com/regulation/category/123> (дата обращения 15.07.2019).

### Сведения об авторах

**Кобыскан Александр Степанович** — кандидат филологических наук, доцент кафедры теорий и методик начального образования Башкирского государственного педагогического университета, Уфа, Россия. [sgtpepper1989@yandex.ru](mailto:sgtpepper1989@yandex.ru)

**Яковлева Евгения Андреевна** — доктор филологических наук, профессор кафедры теорий и методик начального образования Башкирского государственного педагогического университета, Уфа, Россия. [e\\_yakov@mail.ru](mailto:e_yakov@mail.ru)

---

*Bulletin of Chelyabinsk State University.*

2020. No. 3 (437). *Philology Sciences. Iss. 120. Pp. 73—80.*

## THE ROLE OF COLOR IN THE SEMIOTIC SYSTEM OF SPORT

*A.S. Kobyskan*

*Bashkir State Pedagogical University named after M. Akmulla, Ufa, Russia. [sgtpepper1989@yandex.ru](mailto:sgtpepper1989@yandex.ru)*

*E.A. Yakovleva*

*Bashkir State Pedagogical University named after M. Akmulla, Ufa, Russia. [e\\_yakov@mail.ru](mailto:e_yakov@mail.ru)*

The article offers an analysis of the color function values in the semiotic sport system. Special attention is paid to the role of color from the formal, functional, semantic, aesthetic, psychological and semiotic side, for example, in marking of sports collectives, their differentiation among themselves on color, reflection of corporate qualities in collective's colors, establishment of contact with fans for transfer of information and emotional influence with them. The article provides examples of the fact that color used to preserve the memory of significant events in history. One of the most profound symbols is the national colors, which allows you to demonstrate national unity and patriotism. The commonality of these functions confirmed by examples from football, auto racing, hockey discourse, as well as events and visual codes of other sports.

**Keywords:** *color meanings, color function, sports semiotics, sports vocabulary and terminology, football vocabulary, auto-racing vocabulary.*

### References

1. Voronin R.E. *Filosofsko-ehsteticheskie i khudozhestvennyye aspekty tantseval'nogo iskusstva (sportivnyy bal'nyy tanets, vtoraya polovina XX veka)* [Philosophical, aesthetic and artistic aspects of dance art (sports ballroom dance, the second half of the XX century). Abstract of thesis]. St. Petersburg, 2007. 25 p. (In Russ.).

2. Klimov M.Yu. *Semioticheskaya sistema sporta kak fenomen kul'tury* [Semiotic system of sport as a cultural phenomenon. Thesis]. Barnaul, 2007. 123 p. (In Russ.).

3. Kulinicheva E.A. Olimpijtsy i kosmicheskaya gonka: ehstetika i tekhnologii kosmosa v uniforme dlya bol'shogo sporta [Olympians and space race: aesthetics of space and space technologies in equipment for sports]. *Vestnik PNIPU. Kul'tura. Istoriya. Filosofiya. Pravo* [Bulletin of PNRPU. Culture. History. Philosophy. Law], 2018, no. 2, pp. 50-59. (In Russ.).

4. Losev A.F. *Forma. Stil. Vyrazhenije* [Form. Style. Expression]. Moscow, Mysl', 1995. 943 p. (In Russ.).

5. Lou B. *Krasota sporta* [The beauty of sport]. Moscow, Raduga, 1984. 254 p. (In Russ.).

6. Pervushina N.A. Granicy primenimosti psihologicheskikh teorij vospriyatija vizual'noj informacii [Limits of applicability of psychological theories of perception of visual information]. *PRAXEMA. Problemy vizual'noj semiotiki* [PRAXEMA. Problems of visual semiotics], 2015, no. 1 (3), pp. 140-146. (In Russ.).
7. Potebnja A.A. *Slovo i mif* [The word and the myth]. Moscow, Pravda, 1989. 623 p. (In Russ.).
8. Prijeto A. Iz knigi "Morfologija romana" [From the book "Morphology of the novel"]. *Semiotika. Antologija* [Semiotics. Anthology]. Moscow, Ekaterinburg, 2001. Pp. 392-422. (In Russ.).
9. Saraf M.Ya., Stolyarov V.I. *Vvedeniye v estetiku sporta* [Introduction to aesthetics of sport]. Moscow, Fizkultura i Sport, 1984. (In Russ.).
10. Serov N.V. *Svetocvetovaja terapija (Terapevticheskoe znachenije cveta: informacija — cvet — intellect)* [Light and colour therapy (Therapeutic value of colour: information-colour-intelligence)]. St. Petersburg, Rech', 2001. 124 p. (In Russ.).
11. Frumkina R.M. *Cvet, smysl, shodstvo* [Color. Meaning. Similarity]. Moscow, Nauka, 1984. 176 p. (In Russ.).
12. Yakovleva E.A. Jurislingvistika: kreolizovannyj tekst kak object ekspertizy [Legal linguistics: creolized text as an object of expertise]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of Chelyabinsk State University], 2013, no. 1 (292), pp. 157-163. (In Russ.).

### Research material

13. Ivanov S. Krasnaja ugroza [Red menace]. *Avto Revju* [Autoreview], 1981, no. 15 (362). (In Russ.).
14. Ivanov S. Revoljucija perenositsja? [Is the revolution postponed?]. *Avto Revju* [Autoreview], 1994, no. 15 (83). (In Russ.).
15. Ivashov N. Ohot na "volkov" [Hunting for "wolves"]. *Gazeta RBK* [Newspaper RBC]. Available at: <http://www.rbcdaily.ru/2009/11/25/lifestyle/444031.shtml>, accessed 15.07.2019. (In Russ.).
16. Il'chenko D., Tahterin V., Rul'chickij V. [et al.]. Formennoje bezobrazije (Chast' 1) [Downright disgraceful (Part 1)]. *Sport-Ekspress Futbol* [Sport-Express Football], 19.05.2007. Available at: <https://sportvictorine.livejournal.com/326011.html>, accessed 15.07.2019. (In Russ.).
17. Kudinov G., Uiljams R., Kvjatkovskij M., Shainskij E., Prosvetov A. Formennoje bezobrazije (Chast' 2) [Downright disgraceful (Part 2)]. *Sport-Ekspress Futbol* [Sport-Express Football], 25.05.2007. Available at: <https://sportvictorine.livejournal.com/326290.html>, accessed 15.07.2019. (In Russ.).
18. Nikonov N. Rossijskaja legkoatletka posle pobedy probezhala krug pochjota s pledom vmesto flaga [The Russian athlete ran a lap of honor with a plaid instead of a flag after the victory]. *Life*. Available at: [https://life.ru/t/%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8/1231043/rossiiskaia\\_liegkhoatletka\\_poslie\\_pobedy\\_probiezhala\\_krugh\\_pochiota\\_s\\_pliedom\\_vmiesto\\_flagha](https://life.ru/t/%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8/1231043/rossiiskaia_liegkhoatletka_poslie_pobedy_probiezhala_krugh_pochiota_s_pliedom_vmiesto_flagha), accessed 23.10.2019. (In Russ.).
19. Polozov A.A. Udivitel'nyj mir sporta. Cvet formy — put' k uspehu [The wonderful world of sports. The color of the form is the path to success]. *Sport v shkole* [Sports at school], 2006, no. 20 (399). (In Russ.).
20. Ryzhkov A. *Cveta futbol'nyh klubov. Tradicii ili perezhitki proshlogo?* [Colors of football clubs. Traditions or remnants of the past?]. Available at: <https://www.obozrevatel.com/sport/football/tsveta-futbolnyih-klubov-traditsii-ili-perezhitki-proshlogo.htm>, accessed 15.07.2019. (In Russ.).
21. Skvortsov O., Gluhih D., Haritonova A. Futbol ne stoit deneg [Football doesn't cost money]. *Sovershenno sekretno* [Top secret], 2003.
22. *Appendix H. Recommendations for the supervision of the road and emergency services — 2019*. Available at: <https://www.fia.com/regulation/category/123>, accessed 15.07.2019.