

Исходя из вышесказанного, мы можем сделать вывод о стилистических средствах, которые используются в современной рекламе. Их целью является повышение эффективности продажи продукта. Экспрессивно-эмоциональные слова и выражения, тропы, а также синтаксические приемы, которые смогут воздействовать на покупателя и привлечь его внимание. Они выбираются в зависимости от того, кому это адресовано: для французской аудитории – это больше обсуждение, вовлечение в диалог, для турецкой – это уподобление чему-то неживому, нереальному, фантастичному, для английской же – концепция краткости, четкости, они не любят ничего лишнего. Каждая аудитория отличается от другой, но каждая из них уникальна.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Гальперин И.Р. Очерки по стилистике английского языка / И.Р. Гальперин. – Издательство литературы на иностранных языках, 1958. – 462 с.
2. Лазовская Н.В. Лингвистические особенности современной российской рекламы / Н.В. Лазовская. – Вестник Саратовской гос. акад. права, 2006. – Вып. 50. – 185 с.
3. Журнал «Esquire Turkey». – Mart 2017. – 148 s.
4. Журнал «Femina N°3». – 20 Janvier 2019. – 36 p.
5. Журнал «Gala N°1332». – 19 Décembre 2018. – 116 p.
6. Журнал «Hello! Turkey». – Mart 2017. – 100 s.
7. Журнал «Istanbul Life Turkey». – Ekim 2018. – 100 s.
8. Журнал «Les Inrockuptibles N°1203». – 19 Décembre 2018. – 124 p.
9. Журнал «Women's Health Turkey». – Mart 2017. – 116 s.
10. 200 лучших слоганов столетия. – URL: <http://marketing.by/keysy/200-luchshikh-sloganov-stoletiya/> (дата обращения: 02.03.2019).

#### ВТОРИЧНАЯ НОМИНАЦИЯ В СПОРТИВНОМ ДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ТЕКСТОВ КОММЕНТАТОРОВ НХЛ)

*Хазиева К.М.  
Латыпов Н.Р.*

Статья посвящена особенностям функционирования вторичной номинации в спортивном дискурсе. В статье рассматриваются современные проблемы реализации вторичной номинации в спортивном дискурсе, а также рассматриваются виды и варианты её употребления (на материале текстов комментаторов НХЛ).

**Ключевые слова:** вторичная номинация, виды номинации, перифраз, метафора, метонимия.

*The article deals with the specificity of the secondary nomination functioning in sports discourse. The article discusses the current issues of the secondary nomination actualized in sports discourse, as well as the types and context of its use (based on the texts of the NHL commentators).*

**Key words:** secondary nomination, nomination types, paraphrase, metaphor, metonymy.

На протяжении веков наше общество развивается и вместе с тем идет непрерывный процесс познавательной деятельности. Ввиду чего возникает потребность в новых языковых обозначениях и в исследовании элементов и механизмов развития общества. Номинативный аспект напрямую связан с мыслительным процессом и является отражением действительности.

Человек дает определенные названия предметам и явлениям, так как определение наименований тех или иных объектов дает нам возможность лучше понимать их и выражать отношение к ним.

Номинативная «работа» является непрерывной. Мы часто становимся свидетелями процесса, когда старые реалии и понятия «меняют» свои названия, а новые получают их. Именно для данных целей служит номинация.

Номинация является многозначным термином. Следующие понятия раскрывают значения, которые он может иметь: 1) процесс наименования, 2) непосредственно само наименование (т.е. результат данного процесса), 3) раздел лингвистики, который изучает структуру актов наименования [4].

В данной статье мы взяли за основу определение термина «номинация» как «процесс и результат наименования. Вследствие чего языковые элементы сопоставляются с обозначаемыми ими объектами» [6].

В лингвистике существует два вида номинации: первичная и вторичная.

*Первичная номинация* – это вычленение и наименование фрагментов действительности с использованием производных слов, а именно слов с производной основой.

Лексический состав большинства языков на сегодняшний день является уже устоявшимся, а значит, первичная номинация становится довольно редким феноменом.

А вторичная же номинация более свойственна нынешнему состоянию языков.

Согласно советскому лингвисту Б. А. Серебрянникову *вторичная номинация* – «это употребление уже имеющихся в лексическом составе номинативных средств в новой для них функции наречения» [6]. Вторичная

номинация осуществляется посредством производных лексико-семантических единиц. Вторичная номинация осуществляется двумя способами образования – словообразовательным и семантическим. Словообразовательная вторичная номинация строится при помощи производных слов, в то время как при семантической номинации слова приобретают новые для них значения. Семантическую номинацию Д. Кацнельсон называет «семаобразованием» [2].

В своей работе О. С. Макарова отмечает вторичную номинацию как «использование старого слова (его внешней оболочки) для использования их в новой номинации» [3, с. 3].

В то же время в трудах В. И. Шуваловой вторичная номинация трактуется как: «применение в новой для них функции наречения уже имеющих в языке номинативных средств» [5, с. 88]. Кроме того, он убежден, что вторичная номинация носит не только языковой, но и речевой характер.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что *вторичная номинация* – это вычленение и называние общепринятых фрагментов из обиходного языка при помощи производных лексико-семантических единиц. Вторичная номинация образуется двумя способами, а именно при помощи словообразования и семантическим способом. Фразеологизмы, метафора и метонимия являются наиболее распространенными средствами осуществления вторичной номинации.

На сегодняшний день способ вторичной номинации широко распространен в языке. Более того, является одним из основных законов его развития в первую очередь на уровне лексико-семантической системы. Фоновая информация играет немалую роль в актуализации вторичной информации. Подтверждением этого является тот факт, что основные признаки вторичного наименования обусловлены ассоциативным мышлением. Они удовлетворяют тем или иным смысловым признакам непрямого значения, которое соответствует фоновым знаниями носителя языка о данной реалии или о скрытой форме значения [1, с. 38].

Все виды вторичной номинации основаны на ассоциативном способе мышления. При образовании вторичной номинации ассоциации формируются на основе сходства или смежности определенных качеств, характера или свойств элементов внеязыкового ряда.

По большей части в ходе вторичной номинации ассоциативные признаки соответствуют следующим явлениям: 1) компонентам переосмысленного значения; 2) смысловым признакам, соотносящимся с фоновыми знаниями носителей языка о представленной реалии или о внутренней форме значения.

В ходе вторичной номинации переосмысление значения происходит согласованно с логической формой тропов (метафоры, метонимии и т. п.)

и функционального переноса [5, с. 45]. Рассмотрим следующие примеры: метафоры «стальные нервы», «ручка двери», «золотые руки»; метонимия «глупый» (вопрос, поступок); «гореть» (о лампочке) – функциональный перенос и т. д.

Кроме того, расширение и сужение значения слова также являются одними из видов вторичной номинации. К примеру, словосочетание «заводить мотор» в литературном языке означает «оживить дело». Сужение также называют специализацией значения. Например, когда-то немцем (от немой) называли того, кто не умел говорить по-русски, потом это название перешло только на жителей Германии, а также выходцев из нее.

Среди разнообразия способов вторичной номинации перенос наименования является одним из наиболее распространенных. Нами были выявлены следующие типы переноса наименований:

1. метафора – перенос наименования в соответствии со сходством внешних или внутренних признаков (*безмолвная улица, железные нервы*);

2. функциональный перенос – перенос наименования в соответствии с функциями («гореть» – о лампочке, «стрелять» – в древности значило «пускать стель», на сегодняшний день приобрело значение «производить выстрелы» при помощи любого вида оружия);

3. метонимия – перенос наименования по смежности (*Париж встречает гостей, зал аплодировал*).

Рост темпов научно-технического прогресса влечет за собой преобразования во всех сферах жизни и существенное увеличение объемов специализированной лексики, которая активно используется не только в профессионально ориентированной коммуникации, но и в повседневной жизни. Поэтому для упорядочивания понятийной системы возникла необходимость определения специального (иногда профессионального) языка. Более того, появилась потребность изучения всевозможных форм существования языка, обслуживающих определенные сферы деятельности человека. Иными словами, это язык для определенных целей или язык профессионального общения. Также возникла необходимость определения их роли и места в лексической структуре самого языка. Сегодня подобные вопросы привлекают ученых, поскольку они остаются нерешенными.

Под понятием «профессиональный язык» большинство ученых-лингвистов преимущественно подразумевают лексическую систему определенной тематики, в которой ярко выражена профессиональная направленность.

Профессиональный язык спорта – это достаточно обширное понятие. Он состоит из языка профессиональной коммуникации участников спортивного процесса: спортсменов, тренеров, судей, спортивных комментаторов, журналистов, спортивных медиков, болельщиков и др. Кроме того,

довольно часто мы становимся свидетелями широкого употребления языка спорта в повседневной жизни. Соответственно, можно прийти к выводу, что область употребления языка спорта выходит далеко за рамки профессиональной. Более того, он оказывает влияние и на другие подязыки, обслуживающие политическую, экономическую и другие сферы нашей жизни.

В настоящей работе мы обратимся к анализу средств вторичной номинации в профессиональном языке текстов комментаторов НХЛ.

Принимая во внимание ограниченность во времени в процессе комментирования, хоккейному комментатору необходимо иметь четкое представление о том, с какими явлениями он может столкнуться во время работы. Также он должен быть компетентен и способен быстро реагировать на непредвиденные экстраординарные ситуации на площадке или трибунах. Проанализировав речь комментаторов матчей НХЛ, мы выявили следующие средства вторичной номинации, употребляемые в профессиональном языке хоккейных комментаторов: перифраз, метонимия, метафора.

В речи комментаторов хоккейных матчей широкое распространение имеет такой вид средства выразительности, как перифраз. *Перифраз* – это замена прямого названия описательным выражением, в котором указаны признаки не названного прямо предмета.

При анализе матчей НХЛ мы выявили следующие виды перифраз:

1. Название игрового амплуа/ функции: Blackhawks **defenseman** (Duncan Keith) after lost more teeth during a game; Islanders **goalie** (Robin Lehner); The Blue Jackets' **No. 1 goalie** (Sergei Bobrovsky); Your **humble servant** (commentator Bob Neumeier).

2. Номер игрока: **Gorgeous number 8** (Ovechkin); **Incomparable number 87** (Sidney Crosby).

3. Статус: **The Stanley Cup owners** (Washington Capitals); Revealing the seventh and eighth teams beyond the so-called **Big six** was the biggest challenge to overcome in planning this event (*Big six* – собирательное название шести мировых сборных по хоккею, которые традиционно считаются самыми сильными в мире и влияют на развитие хоккея. К ним относятся команды следующих стран: Канада, Россия, США, Финляндия, Чехия, а также Швеция), (2016 World Cup hockey series).

4. Национальность, местность: This will be the third night of a back-to-back for **Boston**, who also played in New York and crushed the **Islanders** 3-1, their second straight win. (Bruins vs Rangers); **Russian Monsters** (Ovechkin, Panarin); **Boston** has had a controversial season, with claims to defense and poor offensive production from the second and third lines (Boston vs Tampa Bay).

5. Принадлежность к клубу: **DeBoers` men** (подопечные Питера Де-боера, т.е. игроки Сан-Хосе Шаркс), (Sharks vs Oilers); The host **Islanders** blanked the **Arizona Coyotes** 2-0 (Islanders vs Arizona Coyotes).

Перифраз – это один из важнейших средств вторичной номинации. С помощью данного тропа комментаторы способны избежать повторов, однообразия при описании событий, а также перечисления имен.

Следующим не менее частотным средством выразительности является метонимия. Метонимией называют перенос наименования с одного предмета или явления на другой на основе его смежности.

Мы выявили следующие наиболее часто встречающиеся виды метонимии:

1. Команда – город (штат), страна: **New York** failed two games in sequence and will hope to stop their rival's winning streak and still have some hope of a playoff run – the Rangers are 12th in the East and nine points out of a Wildcard spot, however, so time over (Bruins vs Rangers); The fun returned over the weekend for the Islanders, who all but eliminated the **Philadelphia** from the wild card race with a 4-2 win on Saturday (NY Islanders – Columbus).

2. Игрок – игровая ситуация: Boston has had an inconsistent season, with defensive issues and **poor offensive production** from the second and third lines (Boston vs Tampa Bay); **Attack failed** its job (Sharks vs Jets).

3. Конкретный матч (игра) как вид спорта в целом: Both teams show a **fabulous hockey** (Rangers vs Capitals); Panarin demonstrates a dangerous hockey (Columbus vs Philadelphia).

4. Человек – орудие: The **whistle** stopped the game (вместо судьи употребляется слово «свисток») (Capitals vs Penguins); The **goal** determined the game's outcome (гол определил исход матча) (New York Islanders vs Columbus).

Одним из ярких приемов вторичной номинации в профессиональном языке хоккейных комментаторов считается метафоризация. Рассмотрим наиболее распространенные используются метафоры в речи комментаторов НХЛ:

1. Спорт – это война:

а) Игра – битва, спортивномсражение, дуэль: Bruins brace for '**clash of the titans**' against Lightning (Boston Bruins vs Tampa Bay Lightning).

б) Лед – поле played боя: **The battle of hockey titans**. Champions will now be beating each other (Capitals vs Penguins); The fun returned over the weekend for the Islanders, who all but eliminated the Philadelphia Flyers from the wild card race with a 4-2 win on Saturday before leveling another **damaging blow** to the Coyotes' Western Conference wild card hopes on Saturday (Islanders vs Coyotes); Crosby is known for his **booming right-handed shot** from the point (Penguins vs Flyers).

в) Шайба – оружие войны. Работа с шайбой – обращение с оружием. Рикошет от защитника, выстрел по воротам, расстрел которойворот: **After the shoot and the ricochet** from the defender, the puck was behind the goal-line (Capitals vs Golden knights).

2. Команда – это механизм: Pittsburgh at **full speed penopтpажарushing** to the примеренext championship метафopатitle (Pittsburg vs Flyers); The much-needed win for the Blue Jackets allowed them **to tread water** in the race for the two Eastern Conference wild card spots, which are held by a pair of teams that played each other Sunday (Blue Jackets vs Islanders); The fun returned over the weekend for the Islanders, who all but **eliminated** the Philadelphia Flyers from the **wild card race** with a 4-2 win on Saturday before leveling another **damaging blow** to the Coyotes' Western Conference wild card hopes on Saturday (Penguins vs Flyers).

3. Игра – это путешествие: Malkin was free to **walk** on a right side (Pittsburgh vs Calgary Flames); **Ticket** to the quarter-finals of the Stanley Cup (Capitals vs Blue Jackets).

4. Спорт – это искусство; игрок – мастер: Crosby's **jeweled goal** (Penguins vs Oilers); **Fantastic play!** (Capitals vs Chicago); **Author of a fabulous goal** (Valery Nichushkin) (Dallas Stars vs Winnipeg Jets); The **duet** of two defensemen was unchanged (Johnny Boychuk and Nick Leddy) (Islanders vs Rangers).

В заключение можно отметить, что вторичная номинация имеет широкое распространение в языке и является одним из главных законов его развития. Более того, вторичная номинация неразрывно связана с контекстом употребления языковой единицы, а также с ее функционированием в речи. Основой данного процесса является ассоциативный характер мышления.

В настоящее время наблюдается значительный рост темпов развития во всех сферах общественной жизни, который влияет на расширение и обогащение лексического состава языка. Рассмотренный нами язык спорта является широко употребляемым не только в профессиональной сфере, но и в повседневной жизни. Наблюдается повышение интереса к спорту, о спорте пишут, о спорте говорят, спорт транслируется по центральным каналам. Данный феномен подчеркивает влияние языка спорта на другие сферы социальной жизни. На примере проанализированной нами речи комментаторов НХЛ мы можем отметить, что речевое высказывание является естественной средой для формирования вторичных наименований. Следовательно, языковые знаки, погружаемые в реальную коммуникацию, обретают новые коммуникативные задания.

Вторичная номинация – неотъемлемый компонент речи комментаторов. Она имеет широкий спектр задач и является средством обогащения

речи. Хоккейные комментаторы используют средства вторичной номинации с целью избежания повторов, а также для придания комментарию выразительности и большей убедительности. Благодаря средствам вторичной номинации речь обогащается, становится более яркой, выразительной и легкой для восприятия. Более того, при помощи вторичной номинации комментаторы способны выражать эмоциональное напряжение, царящее в ходе хоккейного матча, а также выражать собственную оценку. Таким образом, вторичная номинация является способом обогащения языка, а также средством, способствующим более эффективному усвоению информации.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Дьяченко А.П.* Метафоры и терминологически устойчивые выражения / А.П. Дьяченко – М.: Минск, 2003. – 428 с.
2. *Кацнельсон С.Д.* Содержание слова, значение и обозначение / С.Д. Кацнельсон. – М.; Л., 1965. – С. 61.
3. *Макарова О.С.* Вторичная номинация в философском дискурсе (на материале текстов Ф. Ницше) / О.С. Макарова // Язык, коммуникация и социальная среда. – Вып. 7. – Воронеж: ВГУ, 2009. – 64 с.
4. *Телия В.Н.* Номинация / В.Н. Телия // Большой энциклопедический словарь. Языкознание / гл. ред. В.Н. Ярцева. – М., 1998. – С. 336.
5. *Шувалов В.И.* Метафорическая стратегия рекламно-коммерческих текстов / В.И. Шувалов // Научные труды МПГУ. Серия: Гуманитарные науки. – М.: Прометей, 2004. – С. 407–409.
6. *Уфимцева А.А.* Языковая номинация: виды наименований / А.А. Уфимцева, Б.А. Серебренников. – М., 1977.

#### ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ ОБРАЗА РОССИИ В БРИТАНСКИХ СМИ

*Юсуфова С.Б.  
Мухаметшина Э.Е.*

*Статья посвящена лингвистическим средствам, используемым при описании России в британских средствах массовой информации. В статье были собраны и проанализированы работы публицистического характера, а именно – новости из русскоязычной службы BBC и из англоязычной.*

**Ключевые слова:** медиадискурс, лингвистические особенности, анализ, образ.