

Юлія Трухан

Белорусский государственный педагогический университет
им. Максима Танка**СТИЛИСТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ВТОРИЧНОЙ НОМИНАЦИИ
В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ТЕКСТЕ**

В последнее время лингвисты отечественных и зарубежных школ все чаще обращаются к вопросам вторичной номинации при исследовании речемыслительной деятельности адресата и адресанта в процессе коммуникации. Интерес к этим языковым средствам обусловлен несколькими причинами. Во-первых, вторичные номинации, используемые в публицистическом тексте, являются тем средством, которое не только служит для заполнения понятийных лакун, но и способствует реализации коммуникативного намерения адресанта, основная цель которого – привлечь и удержать внимание адресата, передать тонкие, детализированные оттенки признака объекта номинации. Во-вторых, поскольку одним из характерных признаков газетного стиля традиционно считается стремление к экономии языковых средств (это обусловлено ограниченностью газетного пространства), следовательно, адресант стремится использовать лексические единицы повышенной информативной насыщенности, чья семантическая структура включает в себя такие компоненты, как образность, экспрессивность, оценочность, составляющие коннотативный потенциал языковых единиц. Очевидно, что главной задачей журналиста, с одной стороны, является потребность облегчить передачу необходимой информации, с другой – достичь при минимуме языковой репрезентации максимум коммуникативного эффекта.

В связи с этим непосредственным объектом нашего рассмотрения являются единицы вторичной номинации, способные придать речи выразительность и стать инструментом реализации в публицистическом тексте таких важнейших функций категории экспрессивности, как образность, эмоциональность, оценочность.

Вторичные номинации, как правило, порождают фигуры речи, характеризующиеся образностью, которая, по мнению В. Телия,

«будит эмоциональное переживание мира» [2, с. 14]. Опираясь на данный термин, мы придерживаемся определения образности, данного И. Гальпериным, определившим ее как «такое использование языковых средств, которое делает возможным чувственное восприятие абстрактного понятия, вызывая определенные ассоциации между общим и частным, абстрактным и конкретным, общепринятым и фактическим» [1, с. 264]. Именно образность является залогом коммуникативного успеха, т.к. обеспечивает обращение к эмоциональному восприятию сообщения. Так, слово *баран*, обращенное к человеку, порождает метафору, в которой в свернутом виде представлено и сообщение о мире (ощущение глупости, тупости), и определенное отношение говорящего к обозначаемому (презрение, насмешка): «Вечная гонка за лидером, вечное ему подражательство, будь он даже *бараном*, за которым овцы устремляются в пропасть» (СБ, 2011, 15 июля). К этой категории слов можно отнести вторичные номинации (и производные от них формы) на основе переносного значения (например, *гады, собаки, крысы, овечки*: «Ведь просто *гады* уничтожили великую страну, которая выиграла все войны» (КП, 2011, 15 апр.); «Я прочитала и восхитилась: два *отморозка* из романа Томсона “Страх и ненависть в Лас-Вегасе” выглядят просто *овечками* на фоне авантюрных Подгородецкого и приятеля его Макаревича» (СБ, 2011, 25 июня), используемые по отношению к людям, а также слова типа *тусовка* (вторичная номинация от *тусовать/тасовать* в значении «перемешивать игральные карты»).

Достаточно часто наблюдается употребление единиц звукоподражательного характера: *ляп*: «Кстати, и в вашей газете, не обижайтесь, иногда бывают *ляпы*» (КП, 2011, 27 апр.); *профукать*: «Время идет по-другому, ценишь каждую минуту и боишься *профукать* жизнь» (КП, 2011, 15 июня) и др. При этом звукоподражательность реализуется не в первичном (прямом) значении, а посредством семантического переноса «физическое» – «интеллектуальное».

Не менее значимую экспрессивную окраску придают газетной лексике сленговые единицы, представляющие разновидность вторичной номинации. Продуктивным является способ

обозначения мира мысли (и эмоций) терминами из сферы лексики, обозначающей физические действия. Так, например, *сечь* – *прям.* ‘рубить на части (чем-л. режущим, острым), измельчать’; *сленг.* ‘понимать что-л., разбираться в чем-л.’: «В институте по теоретическим предметам Толя не был силен. “Ребята начнут об искусстве говорить, а я не *секу*”, – признавался он» (ЖП, 2011, 13 февр.). Использование в публицистическом тексте сленговых единиц может быть продиктовано стремлением журналиста к деформализации речи, а также желанием «быть ближе к носителю языка».

Таким образом, ценность вторичных номинаций заключается в их возможности воздействовать на читателя через выраженную оценку излагаемой информации. Являясь средством выразительности и образности речи, вторичные номинации привлекают внимание читателя, оказывают на него определенное эмоциональное воздействие, что позволяет считать данные номинации полифункциональными языковыми единицами, успешно реализующими свой стилистический потенциал в современном публицистическом тексте.

Литература

1. Гальперин, И.Р. Stylistics / И.Р. Гальперин. – М.: Высш. шк., 1981. – 334 с.
2. Телия, В.Н. Лексические модусы экспрессивности / В.Н. Телия // Сб. науч. тр. Вып. 284. – М., 1987. – С. 14–20.