

Неологизмы как метафоры и детерминанты стиля в контексте спорта в современном русском языке

Muselinović, Silvija

Master's thesis / Diplomski rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:131:427008>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-17**



Sveučilište u Zagrebu
Filozofski fakultet
University of Zagreb
Faculty of Humanities
and Social Sciences

Repository / Repozitorij:

[ODRAZ - open repository of the University of Zagreb
Faculty of Humanities and Social Sciences](#)



Sveučilište u Zagrebu

Filozofski fakultet

Odsjek za istočnoslavenske jezike i književnosti

Katedra za ruski jezik

Diplomski rad

Неологизмы как метафоры и детерминанты стиля в контексте спорта в современном русском языке

Studentica: Silvija Muselinović

Mentorica: Prof. dr. sc. Željka Čelić

Ak. god.: 2023./2024.

Zagreb, srpanj 2024.

Sveučilište u Zagrebu

Filozofski fakultet

Odsjek za istočnoslavenske jezike i književnosti

Katedra za ruski jezik

Diplomski rad

Neologisms as metaphors and determinants of style in the context of sports in the contemporary Russian language

Studentica: Silvija Muselinović

Mentorica: Prof. dr. sc. Željka Čelić

Ak. god.: 2023./2024.

Zagreb, srpanj 2024.

Содержание

1	Введение	1
2	Неологизмы	2
2.1	Новые слова и определение неологизма	2
2.2	Классификация неологизмов	6
2.3	Образование и адаптация неологизмов	9
2.4	Трудности перевода неологизмов	13
3	Метафора	16
3.1	Определение и функции метафоры	16
3.2	Метафора в лингвистике	20
3.3	Метафорическое понятие <i>спорт – это война</i>	23
4	Функциональные стили русского языка	24
4.1	Определение функционального стиля	24
4.1.1	Научный стиль	25
4.1.2	Художественный стиль	25
4.1.3	Официально-деловой стиль	25
4.1.4	Церковно-религиозный стиль	26
4.1.5	Публицистический стиль	26
4.1.6	Разговорный стиль	27
4.2	Лексические особенности функциональных стилей	28
5	Спортивный дискурс	29
5.1	Определение и классификация дискурса	29
5.2	Метафора в разных типах дискурса	30
5.3	Язык спорта и спортивная журналистика	31
5.4	Анализ корпуса	35

5.4.1	Слова-спортивные термины.....	36
5.4.2	Метафорические выражения.....	44
5.4.3	Выводы.....	48
6	Заключение.....	49
7	Список источников и литературы.....	51
8	Sažetak.....	57
9	Ključne riječi.....	57
10	Kratki životopis.....	58

1 Введение

Русский язык, как и другие языки мира, постоянно меняется вследствие развития общества, и поэтому в различных сферах человеческой деятельности возникают новые понятия, при чем язык спортивной сферы не является исключением. Спортивная лексика является особой – в рамках спортивной лексики одновременно употребляются термины и профессиональная лексика, жаргонные выражения, различные выразительные средства и оценочная лексика. Поскольку спорт является значительной частью жизни человека, спортивная лексика проникает и в другие сферы деятельности, становясь частью повседневного общения.

В работе объясняется понятие *новых слов и неологизмов*, связанных со спортом, и приводятся возможные причины их появления в языке. Также, описывается способ образования и адаптации новых лексем в русском языке, как и трудности перевода заимствованных лексем. Так как метафора выделяется как один из способов образования неологизмов, следующая часть работы посвящена именно метафоре, ее теоретическому определению и функции. В данной работе метафора рассматривается как с литературной, так и с лингвистической точки зрения, потому что метафора является не только стилистической фигурой, употребляемой художниками, но и фактором, влияющим на распространение значения. Далее, метафора считается когнитивным механизмом и играет важную роль в структурировании восприятия, мышления и действия человека. Также перечисляются и описываются функциональные стили русского языка, чтобы показать, в каких функциональных стилях чаще всего употребляются неологизмы и переносное значение слов. В связи с этим определяется понятие *спортивного дискурса*, и приводятся главные его особенности. Одной из характеристик спортивного дискурса является употребление метафоры, прежде всего метафоры связывающей спорт с войной. Чтобы показать присутствие, адаптацию и употребление новой лексики в спортивной коммуникации, в работе проанализировано 50 понятий и 20 метафорических выражений. Анализированные понятия и выражения найдены в статьях на спортивных порталах sports.ru, championat.com и sport-express.ru.

2 Неологизмы

2.1 Новые слова и определение неологизма

Каждая эпоха способствует проникновению в язык новых слов, пополняющих разные тематические группы лексики. Количество новых слов особенно увеличивается во время активной общественно-политической и культурной жизни. Новые слова включают в себя названия государств, правительских учреждений, должностных лиц, учебных заведений, движений, реалий (Голуб 2001: 91). Причины расширения лексического запаса разные. Одной из причин является возникновение нового предмета, явления или понятия, которые нужно назвать. Если в языке уже существует слово, обозначающее данный предмет, явление или понятие, то новые слова отчитаются экспрессивностью, стилистической принадлежностью или бывают обусловленными прагматическими факторами. Связанно с экспрессивностью, новые слова могут быть, например, уничижительными, вульгарными, эвфемистическими или шутливыми. Стилистически, новые слова могут относиться к жаргону, принадлежать формальной или неформальной лексике. Как прагматические факторы появления новых слов выделяются экономика языка, эстетика языка, модные тенденции и мгновенное вдохновение. Кроме того, причины могут быть историческими, политическими и тому подобные (Muhvić-Dimanovski 2005: 4).

Большое количество новых слов в русский язык пришло во время Петра I, в результате просветительской деятельности царя. В то время ученые начали составлять словарь иностранных слов – *Лексикон вокабулам новым по алфавиту* (ср. Мольков 2019). В *Лексиконе* объяснялись ранее неизвестные, чужие и заимствованные слова; прежде всего, это были слова заимствованы из западноевропейских языков (Исаева 2008: 287). В XIX–XX вв. на русский язык воздействие оказали латинский, греческий, французский и немецкий языки, а потом самое большое влияние начал оказывать английский язык (Линь 2020: 731-732). В конце XX и начале XXI вв., в период быстрого развития электронных технологий и пользования Интернетом появились новые слова, являющиеся, прежде всего, технологическими терминами (Чэлич 2009). Также, значительной частью неологии русского языка в начале XXI века являются наименования из сферы спорта (Климас, Машуш 2012).

Можно сказать, что новые слова заполняют пробелы в лексиконе. Пробелы в лексиконе возникают в новых условиях жизни, появившихся из-за неожиданного

события. Например, во время пандемии коронавируса из-за необходимости в новых терминах появились и начали употребляться слова *коронакризис*, *вакцинуризм*, *домашнее обучение*, *удаленное обучение*, *удаленка*, *долгий ковид*, *антипрививочник*. Еще одной возможностью появления пробелов в лексиконе является миграция, случай, когда приходится назвать окружающие реалии, то есть вещи, не имеющие эквивалента в русском языке. В качестве примера можно привести слова *абитур* и *банкард 25*, заимствованные из немецкого языка. Иногда причиной образования новых слов выступает языковая экономия. Новая лексема может оказаться короче и удобнее в использовании, например, *маршрутка* вместо *маршрутное такси*. В некоторых случаях, использование лексемы определяет отношение говорящего к упоминаемому объекту. К примеру, лексема *аусвайс*, заимствована из немецкого языка, имеет негативную коннотацию, связанную с историей Второй мировой войны. Говорящий, используя данную лексему, выражает свое негативное отношение к официальному документу. Использование определенных новых лексем объясняется престижем, при чем критерий престижа интерпретируется в зависимости от принадлежности к социальной группе. Так, использование англицизмов критикуется в патриотически настроенных кругах, а некоторые лексемы обладают настолько негативным престижем и даже стали табу. Поэтому, возникают новые слова, которые тщательно исследуются в языковом сообществе на предмет негативной (дискриминационной) коннотации. Табуированная лексика русского языка богата выражениями, известными как мат, и эта ненормативная лексика является типичной частью молодежного языка, восстающего против мира взрослых (Mueller-Reichau 2022: 149-151).

Появление новых слов объясняется особенностью языка быть не только системой знаков, а обладать и несколькими функциями, в том числе и интерлингвистической функцией. Воздействие одной языковой системы на другую является основной характеристикой интерлингвистической функции языка. Различаем три типа языковых изменений, являющихся результатом взаимодействия языка: контактные и неконтактные, однонаправленные и взаимные, конвергенционные и дивергенционные. В результате языковых контактов в определенном культурно-географическом ареале элементы одного языка проникают в другой. Проникновению новой лексики способствуют географическое положение, исторические события, социально-культурные и экстралингвистические факторы. В процессе неконтактного взаимодействия интерлингвистическую функцию выполняют языки высокого

культурного статуса, в том числе и классические языки. Хотя взаимодействие в большинстве случаев однонаправленного характера, взаимным влиянием могут возникнуть языковые ареалы, например, балканский или балтийский ареалы¹. Конвергенция или интеграция в лингвистике обозначает сближение двух или более двух языковых систем. Результатом конвергенции является возникновение смешанных языков, обособление или появление новых вариантов одной языковой единицы. Например, английский глагол *to friend* проникнул в русский язык и повлиял на образование существительных и глаголов – *френд, бойфренд, зафрендить, отфрендить*. Дивергенция языка связана с социально-политическими процессами, с целью национализации языка (Линь 2020: 731-735).

Носители русского языка сталкиваются с большим количеством новых слов и словосочетаний, попадающих в язык, чаще всего, через СМИ (Кальнова 2018: 47). Новые слова со временем могут ассимилироваться и даже не выделяться от остальной лексики. Однако, новые слова не должны обязательно проникнуть в активный словарный запас, и поэтому можно сказать, что новые слова в языке имеют различную судьбу. Некоторые новые слова быстро получают признание и становятся общеупотребительными, другие закрепляются со временем, а есть и новые слова, не получающие распространение, которые забываются и исчезают. Неологизмами являются еще не освоенные языком слова, которые принадлежат к пассивному словарному запасу, то есть слово считается неологизмом до его усваивания и перехода в активный словарный запас (Голуб 2001: 92). Полностью новые неологизмы называются нестабильными. Неологизмы, известные пользователям языка, еще не получившие распространения, классифицируются как диффузные, а принятые и узнаваемые неологизмы называются стабильными (Мурадова, Атаев 2023: 211). Усвоение и закрепление лексической единицы зависит от нескольких факторов. Важными факторами являются внутренняя потребность говорящего субъекта и критическое отношение субъекта к слову. Говорящему субъекту слово может оказаться не нужным, и поэтому субъект не использует и забывает слово. Если слово говорящему субъекту все-таки оказывается нужным, то ему нужно выбрать между двумя лексическими единицами – новой и старой, уже освоенной. Помимо индивидуальных факторов, социальная среда, как и другие участники коммуникации оказывают влияние

¹ см. Matasović, R. (2001) *Uvod u poredbenu lingvistiku*, Matica hrvatska.

на освоение новой лексической единицы в лексиконе говорящего субъекта (Чуйкина 2008: 209).

Понятие *неологизм* в 1735 году появилось во французском языке (франц. *néologisme*²), а потом было заимствовано и стало употребляться в немецком языке (нем. *Neologismus*³), обозначая не только новое слово или выражение, но и употребление или привычку употребления в языке новых слов и инноваций. С этого времени слово *неологизм* начало употребляться в сфере лингвистики в разных мировых языках (Пасечная, Попова 2005: 168). В литературе и в различных словарях появляется несколько определений неологизма. Р. Симеон (1969: 904-905) понятие *неологизма* объясняет, как лингвистическое нововведение, вновь придуманное и еще не общепринятое слово или выражение; создание и использование старых слов в новом значении; слово, выражение, конструкция, недавно вошедшая в язык. Т. Левандовски (1994: 744) определяет неологизм как вновь созданное слово; новое слово, то есть новое выражение, еще не до конца вошедшее в разговорный язык. Согласно В. Аничу (1998: 1430), неологизмом считается недавно принятое как более отчетливое нововведение согласно существующему решению (слову, выражению и т. д.) или новое использование старого или ранее созданного слова или значения; инновация. По словам Д. Херберга (2002: 195), неологизм – лексическая единица или значение слова, которые появляются в определенный период развития языка, в определенном коммуникативном сообществе, затем распространяются, принимаются как языковая норма и на некоторое время воспринимаются как новые большинством пользователей языка (Muhvić-Dimanovski 2005: 3-5). Неологизм объясняется и как единица языка, сохранившая в себе оттенок новизны (Булавина 2012: 61). В толковом словаре Ожегова *неологизм* определяется как новое слово или выражение, а также новое значение старого слова.

² „néologisme
nom masculin

1. Tout mot de création récente ou emprunté depuis peu à une autre langue ou toute acception nouvelle donnée à un mot ou à une expression qui existaient déjà dans la langue.

2. Mot créé par le malade mental par déformation de phonèmes, substitution, etc. (Les néologismes renvoient au diagnostic de psychose ou d'aphasie sensorielle.)”

<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/n%C3%A9ologisme/54201> (03. 07. 2024).

³ „Neologismus, der

GrammatikSubstantiv (Maskulinum) · Genitiv Singular: Neologismus · Nominativ Plural: Neologismen
Aussprache [neoloˈgismus]

Worttrennung Neo-lo-gis-mus

Herkunft moderne Bildung zu néosgriech (νέος) ‘neu’ und zu λόγοςgriech (λόγος) ‘Wort’“

<https://www.dwds.de/wb/Neologismus?o=neologismus> (03. 07. 2024).

При определении неологизма нужно учитывать хронологический, локальный и психолингвистический критерии, социальную значимость реалий, которую слово обозначает, и (не)фиксацию слова в словаре. Хронологический или временной критерий подразумевает появление неологизма в определенный период языка и общества. Основной характеристикой неологизма является качество новизны данного слова. Однако, стоит подчеркнуть, что ощущение новизны в случае активного употребления слова со временем стирается. В соответствии с локальным критерием определяется языковое пространство, то есть сфера функционирования неологизма в системе языка. Примерами сфер являются язык вообще, определенный национальный язык, литературный язык и язык ограниченной сферы употребления или подъязык. Следовательно, неологизм понимается как слово, значение слова и идиомы, раньше не существующие в определенной сфере языка. Согласно психологическому критерию, который анализирует ощущение новизны слова носителями языка, неологизмом называется языковая единица, которая в личном опыте носителя языка раньше не встречалась. В связи с социальной значимостью реалии неологизм обозначает новое явление или понятие. Неологизмы, в отличие от индивидуальных образований, или окказионализмов, закрепляются в словаре (Булавина 2012: 61).

2.2 Классификация неологизмов

Неологизмы разделяем на языковые или общенародные неологизмы и окказиональные неологизмы. Языковые неологизмы со временем фиксируются словарями, а возникновение и употребление окказионализмов обусловлено контекстом. Окказионализмы часто возникают спонтанно и в устной речи, и нередко их создают дети, например, *распакетить* (Голуб 2001: 95-96). Единицы детской речи не были объектом словарной практики в России до того времени, когда был опубликован *Словарь детских словообразовательных инноваций* С. Н. Цейтлиной. Словарь заинтересовал ученых, для которых он стал источником описания особенности детской речи, понимания деривационного механизма производить инновации и явления окказиональности. В данном словаре толкуются значения детских инноваций, приводятся примеры употребления инноваций в контексте и уточняются особенности моделирования производных имен существительных, прилагательных, глаголов и наречий. Единицы *авать* (издавать звук «ав-ав», лаять), *акулочка* (уменьшительно к слову акула), *снежный* (прилагательное к *снег*, запорошенный снегом) являются лишь некоторыми примерами детских инноваций (Смирнова 2021: 1497, 1499-1500). Индивидуально-стилистические

неологизмы образованы писателями и публицистами. Индивидуально-стилистические неологизмы можно считать окказионализмами, так как употребляются только в том художественном произведении, в котором их создал и использовал автор. В отличие от окказионализмов, индивидуально-стилистические неологизмы являются частью книжной речи, создаются с определенной стилистической целью и фиксируются на письме. В русской литературе находим много неологизмов, например, *широкошумные дубровы* (Пушкин), *громкокипащий кубок* (Тютчев), *огнезвездный океан* (Державин) *карамазовщина* (Достоевский), *огнекистые веточки бузины* (Цветаева) (Голуб 2001: 97).

По способу образования различаются лексические и семантические неологизмы. Лексические неологизмы либо заимствуются из других языков, либо создаются по продуктивным моделям. Например, *подписант, посткоммунистический, спецназ* (Голуб 2001: 92-93). Сходно этому, лексические неологизмы могут быть образованными из словообразовательных гнезд, возникших в результате заимствования, например, *лимит* – *лимитировать, лимитирование, лимитчик, лимитница* (Пасева 2016: 214). Семантические неологизмы являются результатом присвоения новых значений уже в языке известным словам. По количеству, в русском языке встречаем больше лексических чем семантических неологизмов. К примеру, *тусоваться, крутой, обвал* (Голуб 2001: 93). Еще примерами семантических неологизмов являются слова *зебра*, как разметка обозначающая пешеходный переход и *чайник*, обозначающее неспециалиста в чем-либо (Воронцова 2016). Также, в контексте спорта появились новые сочетания – *чистый спортсмен, чистый спорт*, где слово чистый приобрело новое значение – не употребляющий допинг (Кальнова 2018: 48-49).

В соответствии с условиями создания, неологизмы разделяются на анонимные и индивидуально-авторские неологизмы. Большинство неологизмов относится к группе анонимных неологизмов, у которых создатель не известен. Термины, введенные М. В. Ломоносовым, как *созвездие, полнолуние и притяжение*, и Н. М. Карамзиным: *промышленность, будущность* являются примерами авторских неологизмов (Голуб 2001: 94).

В зависимости от цели создания новых слов и их назначения, в речи существуют номинативные и стилистические неологизмы. Номинативные неологизмы выполняют номинативную функцию, то есть называют понятия. Примерами являются слова *пульсар, биофидок, антипротон*. К номинативным неологизмам относятся многие специальные термины, возникновение которых связано с развитием науки и техники. У номинативных

неологизмов, чаще всего, нет синонимов. Исключением является одновременное возникновение синонимических наименований, например, *космонавт* – *астронавт*, и, в таком случае, одно из конкурирующих наименований, как правило, впоследствии вытесняет другое. Стилистические неологизмы дают образную характеристику предметам, у которых в языке уже свои названия. Например, *совки* (советские граждане), *ужастики* (фильмы ужасов), *чернуха* (разоблачительные фильмы). Из этого следует, что стилистические неологизмы имеют синонимы, различающиеся интенсивностью экспрессивной окраски. У стилистических неологизмов положительная или отрицательная окраска, а частое употребление определенного стилистического неологизма в речи нейтрализует стилистическую окраску (Голуб 2001: 94-95).

По способу появления в языке неологизмы можно разделить на четыре категории: заимствованные слова, псевдозаимствованные слова, новые слова внутри языка, новые-старые слова. Большинство неологизмов является заимствованными словами, в настоящее время эти слова, прежде всего, заимствованы из английского языка. В состав заимствованных слов включаются и экзотизмы, заимствование слова, обозначающие предметы и явления характерные для жизни определенного народа (Muhvić-Dimanovski 2005: 39-47). У экзотизмов нет эквивалента в принимающем языке (язык-реципиент). Экзотизмами являются обращения, названия блюд, напитков, танцев, музыкальных инструментов, одежды и обуви, видов транспорта, населенных пунктов, денежных единиц, чиновников. К примерам экзотизмов можно отнести слова *сеньор*, *мисс*, *фрау*, *парламент*, *мэр*, *шиллинг*, *песо*, *иена*, *буррито*, *карри*, *куркума*, *сангрия*, *кумкват*, *маракуйя*. Довольно частое употребление экзотизма приводит к потере локального компонента, то есть слова входят в процесс «деэкзотизации» (Шеожева, Сокур 2016: 143-146). Термин псевдозаимствованные слова обозначает слова, образованные элементами из другого языка. В русском языке, также, как и во многих других языках, находим большое количество псевдоанглицизмов, например, *арт-бизнес*, *шоп-тур*, *нюсмейкер*. Новые слова образуются внутри языка в результате необходимости назвать новые, локально ограниченные понятия, явления или предметы. В данном случае исключается влияние иностранного языка, и слова формируются в соответствии с образцовыми моделями языка (Muhvić-Dimanovski 2005: 47-48). На образование новых слов в языке влияние оказывают политическая деятельность, морально-нравственные нормы и общественная жизнь. Например, понятия *крымнаш* / *Крым наш* употребляется сторонниками присоединения Крыма, а понятия *вежливые люди* или *зеленые человечки*

обозначают военнослужащих Вооруженных сил Российской Федерации на территории Крыма (Кошкарова 2016: 40-41). Новые-старые слова являются словами, которые начали часто и массово употребляться, например, слово *глобализация* (Muhvić-Dimanovski 2005: 51).

2.3 Образование и адаптация неологизмов

Новые слова часто образуются из лексического и словообразовательного материала уже существующего в языке в соответствии с продуктивными способами языка (Воронцова 2016). Это можно доказать на примере неологизма *квартиротекa*, появившегося в 2019 году. *Квартиротекa* является онлайн-платформой, на которой IKEA представляет бесплатные предложения по дизайну интерьера квартир. При этом заинтересованные стороны могут выбрать свой тип квартиры из базы данных типов квартир, соответствующей реальности сдачи в аренду квартир в России. Неологизм *квартиротекa* образован с помощью элемента (суффиксоида) *-тек*, по аналогии со существующими лексемами *библиотека*, *видеотека*, *игротекa*, *фототека*, *картотека*, *дискотека*, *аптека*, которые обозначают совокупность определенного типа вещей. На примере *дискотеки* наблюдается сдвиг в смысле. Лексема *дискотека* в начале обозначала коллекцию различных дисков, а потом данная лексема стала обозначать место, где люди танцуют под музыку этих, в прошлом, пластинок (дисков) (Mueller-Reichau 2022: 153-155).

Несмотря на то, что новые слова образуются по словообразовательным моделям русского языка, они оказывают влияние на принципы словообразования других языков. Вследствие проникновения новых морфем в русский язык, часто из не славянских языков, морфемная структура русского языка одновременно обогащается и усложняется. Например, заимствованный русским языком суффикс *-абель-(-н-)* находим в словах *комфортабельный*, *операбельный*, *дирижабельный*. Новые слова, как правило из английского языка, часто не переводятся и в русском языке адаптируются по-разному, так как адаптация заимствованного слова обусловлена структурой каждого языка (Чэлич 2009). По словам Р. Филиповича (в Чэлич 2006), в русском языке существуют три типа морфологической адаптации, точнее *трансморфемизации* английских слов – нулевой, компромиссный и полной типы. Нулевой тип морфологической адаптации или нулевая трансморфемизация характерна для английских слов, которые в русский язык вносят нулевой суффикс. При этом слова нулевого типа адаптации могут быть фонологически и орфографически адаптированными. Примерами являются слова *клиник*, *круизы*, *SMS*.

Под компромиссной морфологической адаптацией подразумеваем слова с английскими суффиксами *-инг* и *-ер*, самостоятельно или вместе с русскими окончаниями. В компромиссном типе представлены слова с английскими суффиксами; слова, образованные комбинацией английского и русского суффиксов; и аббревиации, с первой частью написанной латиницей, и второй частью написанной кириллицей с английским суффиксом или русским словом. Например, *лифтинг*, *промоутеры*, *PR-проекты*. К полному типу морфологической адаптации относятся слова с основой из классических языков, то есть слова с латинским или греческим корнями, к которым в процессе адаптации добавляются русские суффиксы. Слова *этиляция*, *аэробика* и *виса* являются примерами полной трансморфемизации (Чэлич 2006: 512-515).

В статье *Аналитические прилагательные* В. Бениньи (в Карева 2016: 39-40) выделяет четыре различных модели сложений в новообразовании слов: префикс + существительное (например, *гиперреализм*), отыменный префиксоид русского или иноязычного происхождения + существительное (например, *еврорынок*), усеченное прилагательное + существительное (например, *демблок*), существительное иноязычного происхождения + существительное (например, *арт-галерея*). Среди приведенных моделей, самой продуктивной выделяется модель определяющее существительное + определяющее существительное, по которой в русский язык вошло большинство англоамериканизмов. В качестве примеров приводятся слова: *аутлет-магазин*, *коворкинг-кафе*, *твиттер-аккаунт*, *ивент*, *кэжуал*, *фейк*. Кроме того, новые слова образуются с помощью приставок, сложением слова с усеченным прилагательным, аббревиатурой или цифровым сокращением. Примерами являются приставки *анти-*, *мега-*, *пост-*, *супер-*, *эко-*, *евро-*, и сложения *ГМ-горох*, *ЛГБТ-сообщество*, *3D-сборка*. Стоит упомянуть и слова-гибриды, слова в чьих написаниях пользуемся и латиницей, и кириллицей, например, *WiFi-сигнал*. Гибридные слова употребляются вместе со своими эквивалентами, то есть со словами представленными русским алфавитом, например, одновременно встречаются сложения *beauty-программа* и *бьюти-программа*. Нередко новая номинация влияет на возникновение новой лексики, узко связанной с данным понятием или явлением, например, *постить(ся)* – *запостить* – *перепостить* и *селфи* – *селфист(ка)*, *селфимания*, *селфицид*, *(за)селфиться*, *селфи-туризм* (Карева 2016: 39-42). Также, в рамках спортивной лексики, *скейтборд* – *скейтбординг*, *скейт*, *скейтбордист*, *скейтер*, *скейтерский* (Климас, Машуш 2012). Помимо этого в разговорном стиле образуются омонимичные слова, мотивированные уже существующей лексической

единицей. К примеру, в связи со значением глагола *уклоняться (от чего)* появилось слово *уклонист*, обозначающее человека, у которого нет желания служить в армии или человека, который не платит алименты (Соловьёва 2010: 40).

Новые явления в языке также замечаются в использовании форм множественного числа. В качестве примера можно привести форму множественного числа слова *вызов*. Форма *вызовы* раньше обозначала только действие, связанное с глаголом вызывать, а сегодня понимается и в значении трудности, проблемы и угрозы. Появление нового значения слова *вызовы* было следствием способа употребления данного слова аналитиками, журналистами, теоретиками, президентом и командой президента. Слова *озабоченность, бизнес, экономика, индустрия* также стали активно использоваться во множественном числе (Бородулина, Макеева 2016: 51-52).

Новые значения у исконно русских слов формируются в большинстве случаев в разговорной речи, потом используются журналистами на радио, телевидении и в конце появляются в печатных СМИ. Например, спортивный термин *тандем* употребляется в сфере политики и обозначает совместную деятельность двух лиц. Также, в спортивной журналистике употребляются слова *сегмент*, в значении этапа соревнования, и *паркет*, обозначающий место, где соревнования проводятся. Так как в системе разговорной речи существует тенденция к сокращению, словосочетания заменяются одной лексемой, например, слово *цифра* употребляется вместо сочетания *цифровая аппаратура*. Возникновение нового значения более активно формируется у слов, быстро семантически и грамматически освоенных русским языком. Насколько быстро новые значения закрепляются в языке, зависит от способности их вступления в системные – синонимические, омонимические, и антонимические – отношения с уже существующими словами. Новые значения слова раскрываются с помощью специфической сочетаемости с контекстом, в котором эти слова употребляются. Стоит отметить, что слово, получившее новое значение, часто изменяет свою стилистическую принадлежность, например, от книжной к общеупотребительной лексике (Соловьёва 2010: 38-40).

Иногда способом образования неологизма является метафора. Чаще всего, речь идет о переносном значении определенного понятия, при чем оба значения, и прямое, и переносное, употребляются пользователями языка. К примеру, английское слово *mouse* – *мышь*, обозначает и животное, и компьютерное устройство, и можно сказать, что старая, уже в языке известная, лексема получила новое значение. В связи с этим важно

отметить, что не каждое метафорическое употребление слова считается неологизмом. Чтобы стать неологизмом, слово сначала входит в процесс лексикализации. Неологизмом считаются метафоры, употребление которых стало общепринятым в повседневной коммуникации и которые в конце закрепляются словарями (Muhvić-Dimanovski 2005: 105).

Частоту способов образования неологизмов в русском языке можно увидеть в результатах сравнительного исследования возникновения неологизмов в русском и немецком языках на пороге XXI века Н. Сеницыной. Исследование основано на нескольких корпусах неологизмов. Чтобы определить продуктивность разных типов образования русских и немецких неологизмов на пороге XXI века, созданы русский и немецкий тестовые корпуса неологизмов. Русский корпус охватил 675 единиц, а немецкий корпус – 474 единицы. На пороге XXI века выделяются следующие типы расширения словарного запаса русского и немецкого языков: словообразование, изменение значения, фразеологизация и заимствование иностранных слов. Большинство неологизмов, 357 неологизмов или 52,9 % неологизмов, находящихся в корпусе, в русском языке возникло в результате словообразования. Причину можно найти в том, что в русском языке, также, как и в немецком, активно проявляются особенности синтетической языковой структуры, в которой грамматическая функция слова выявляется посредством словоизменения. Второе место среди типов появления неологизмов в русском языке занимает изменение значения или полисемия. К неологизмам, возникшим в результате изменения значения в русском языке, относится 213 единиц, что составляет 31,6 % тестового корпуса. На третьем месте находятся заимствование слова, и эти 93 единицы составляют 13,8 % тестового корпуса русского языка. Четвертое, и последнее, место в тестовом корпусе русского языка занимает 12 неологизмов, являющихся результатом фразеологизации и составляющих только 1,2 % тестового корпуса.

С тематической точки зрения, самая большая часть неологизмов в тестовом корпусе русского языка принадлежит к группам «Политика, общество, право» (32,7 %) и «Экономика» (13,6 %). Возможно, это объясняется изменениями политического и социального строя в России в конце XX века. Среди 357 единиц тестового корпуса русского языка, являющихся результатом словообразования, 234 единицы, или 65,5 % единиц корпуса, образованы с помощью производных аффиксов.

Между типами словообразования аффиксами особенно выделяется суффиксация. В процессе суффиксации образовано 177 неологизмов, что составляет 49,6 % словообразований в тестовом корпусе русского языка. Потом следует префиксация, в результате которой образовано 39 единиц, или 10,9 % словообразований. Префиксацией и суффиксацией вместе образовано 12 единиц, или 3,4 %, сложением слов вместе с суффиксацией 2 единицы, или всего 0,6 %, и образованием с нулевым суффиксом 4 единицы, или 1,1 % словообразований в русском тестовом корпусе. Кроме того, 81 единица, то есть 22,7 % словообразований в корпусе, относится к сложным словам, и 42 единицы, или 11,8 % словообразований в корпусе, образованы сокращением слова.

Когда речь идет об изменении значения, метафора и метонимия оказываются важнейшими типами многозначности в обоих тестовых корпусах неологизмов. При образовании новых значений метафора использована в 142 случаях, что составляет 37,6 % новых значений, метонимия 84 раза, или 22,2 % новых значений в корпусе. К тому же, в тестовом корпусе русского языка находим 50 неологизмов, возникших изменением значения, 31 неологизм, образован от имен собственных, 19 неологизмов, образованных расширением значения, 16 неологизмов, возникших сдвигом в значении, 16 неологизмов, образованных семантической компрессией, и 11 неологизмов, образованных трансформацией. Среди новых русских фразеологизмов преобладают именные словосочетания, составляющие 83,5 % фразеологизмов тестового корпуса, а за ними следуют глагольные словосочетания, составляющие 11,8 % в тестовом корпусе русского языка. При этом большую часть тестового корпуса русского языка составляют фразеологические выражения. По результатам исследования тестового корпуса русского языка, 72 единицы, или 77,4 % заимствованных слов, заимствовано из английского языка. Кроме того, 13 единиц, образованных на основе греческих или латинских морфем, 3 единицы заимствованы из немецкого языка, 1 единица – из литовского языка, 1 единица – из японского языка, и 3 единицы заимствованы из санскрита через английский язык (Sinitsyna, 2018: 117-127).

2.4 Трудности перевода неологизмов

В каждом языке существует тенденция к замене заимствованных слов уже существующими лексемами. Предлагаемые выражения и переводы не всегда являются хорошим решением замены неологизма, и не всегда принимаются носителями языка. Даже очень хорошими примерами не всегда получается заменить неологизмы, особенно в случае активного употребления и закрепления определенного неологизма в языке.

Варианты замены неологизма иногда поставлены в кавычки или пишутся вместе с устойчивым сочетанием *так называемый*, при чем в скобках нередко находим заимствованное слово, которое пытаемся заменить. Если предлагаемый вариант закрепится в языке, то кавычки и другие маркеры предлагаемого варианта со временем стираются. Стоит добавить, что речь идет не только о замене заимствованных слов, но и о поиске лучшего решения для уже существующих переводов (Muhvić-Dimanovski 2005: 69-70).

При переводе неологизмов переводчик сталкивается с проблемой переноса и уяснения значения нового слова. В качестве перевода переводчик может использовать эквивалент, который предлагается двуязычными словарями. Так как для большого количества неологизмов не находим соответствие в словарях, переводчику нужно предложить собственный вариант (Андриенко, Шеф 2017: 86). Для перевода или передачи значения неологизмов используется транскрипция или транслитерация (ср. *messenger* – *мессенджер*), заимствованный перевод (ср. *infosec* – *информационная безопасность*), описательный перевод (ср. *стартап* – *новая инновационная компания*) или синонимическая замена (ср. *laptop* – *ноутбук*) (Мурадова, Атаев 2023: 212). Иногда в переводе используется комбинация приемов. К примеру, в переводе сочетания *digital detox* – *цифровая детоксикация* (время, в которое не пользуемся цифровыми устройствами, с целью снизить стресс, вызванный этими устройствами) использованы и калькирование, и транскрипция (Андриенко, Шеф 2017: 87).

Чтобы перевести неологизм, нужно раскрыть его значение. Значение неологизма можно раскрыть используя словарь, выяснив значения из контекста и проанализировав структуру неологизма. Новые слова можно искать в толковых словарях языка-донора, изданных в последние годы, а в словарях появляются и разделы, посвященные именно сленгу. Кроме того, важно понять значение неологизма из контекста, а также употреблять неологизм в контексте. Анализ структуры слова помогает уяснить значение неологизма, потому что неологизмы, как правило, созданы по аналогии на базе существующих в языке слов и морфем. Для полного выяснения значения следует обратить внимание на контекст употребления слова, этимологию, литературные и фактические ассоциации и особенности структуры и семантики данного слова. Предложенный вариант перевода стоит проверить в интернет-поисковике, чтобы узнать, использован ли данный вариант уже другими переводчиками и авторами (Андриенко, Шеф 2017: 87-88). Важно упомянуть, что в переводе сопоставляются не только языковые

системы, но и культуры. Например, слово *икона*. Несмотря на то, что русское слово *икона*, в значении предмета покаяния, употребляется в переносном значении, использование данного слова в контексте *поп-иконы* для православных христиан звучит довольно необычно. Поэтому можно сказать, что адаптация текста для иноязычного читателя является необходимой (Лебедева 2011: 121-122).

Трудности и способы перевода можно конкретно показать на примере перевода спортивной терминологии. Особенность спортивной терминологии именно в том, что определенные термины меняются содержанием. Появление новых видов спорта и изменение правил соревнования и подходов к тренировочному процессу оказывают влияние на существование терминов – некоторые термины исчезают, появляются новые термины, а у некоторых терминов расширяется значение. Такое постоянное развитие спортивной терминологии усложняет ее перевод. С целью исследования способа перевода спортивной терминологии с английского на русский язык проанализированы 150 английских лексических единиц, принадлежащих к тематической группе *зимние виды спорта*. При переводе спортивной лексики зимних видов спорта с английского на русский язык выделяются четыре способа: транскрипция, калькирование, описательный перевод и подбор функционального аналога. Транскрипция обозначает прием передачи звуковой формы слова подлинника с помощью средств другого языка. В процессе калькирования лексическая единица переводится заменой лексическими эквивалентами составных ее частей, морфем или слов. Описательный перевод подразумевает передачу значений слова более или менее распространенным объяснением, а подбор функционального аналога представляет собой использование контекстуально подходящего варианта в переводе лексической единицы. Согласно результатам исследования, как самый частый способ перевода выделяется транскрипция, с помощью которой переведено 60 % единиц. Возможно, это связано с интернациональным характером спорта и стремлением к тому, чтобы лексические единицы были понятными носителям разных языков. Некоторыми между анализированными примерами транскрипции являются *рефер* (англ. *referee*), *слалом* (англ. *slalom*), *фристайл* (англ. *freestyle*), *бобслей* (англ. *bobsleigh*), *голкипер* (англ. *goalkeeper*). На втором месте по частоте использования способа перевода находится калькирование. При помощи калькирования переведено 20 % анализированных лексических единиц, в том числе и единицы *хоккей на льду* (англ. *ice hockey*), *фигурное катание* (англ. *figure skating*), *нападающий* (англ. *forward*), *искусственный снег* (англ. *artificial snow*), *лыжная*

эстафета (англ. *skiing relay*). Описательный перевод составляет 10 % перевода анализируемых лексических единиц. В качестве примера можно привести описания: *лыжные гонки по пересеченной местности* (англ. *cross-country skiing*), *скоростной спуск в горнолыжном спорте* (англ. *downhill*), *лыжня, покрытая искусственным льдом* (англ. *artificial ice track*), *скоростной бег на лыжах* (англ. *skiing race*), *произвольное катание в фигурном катании* (англ. *free-skating*). Подбор функционального аналога составляет также, как и описательный перевод, 10 % от общего количества анализируемых единиц. Например, *крепление лыж* (англ. *binding*), *прыжок с гребня хаф-пайпа с возвращением в точку отрыва в сноуборде* (англ. *aerial*), *стартовая площадка в прыжках с трамплина* (англ. *start gate*), *геликоптер – вращение при вертикальном туловище на 360 градусов в соревнованиях по могулу* (англ. *helicopter*), *типы трюков, при которых райдер (сноубордист) в полете хватает рукой доску за нос, хвост или среднюю часть в сноуборде* (англ. *grab*) (Шарикова, Терпелец, Осадчая 2022: 92-94).

Стоит подчеркнуть, что транскрипция и транслитерация в переводе спортивной лексики способствуют заимствованию иноязычных слов, для которых в целевом, русском, языке не существует эквивалент. С другой стороны, трудности перевода возникают при переводе неоднозначных терминов, здесь, например, имеются в виду термины, имеющие в разных видах спорта разное значение. Сокращения и аббревиатуры часто переводятся калькированием. К примеру, аббревиатура *IOC* (англ. *International Olympic Committee*) переводится как *МОК (Международный Олимпийский Комитет)*. В случае отсутствия эквивалента аббревиатуры в русском языке оптимальным видом перевода является расшифровка аббревиатуры (Иванова, Харасова 2022: 39-40).

3 Метафора

3.1 Определение и функции метафоры

Метафора в *Поэтике* Аристотеля объясняется как *перенесение слова с измененным значением из рода в вид, или из вида в род, или из вида в вид, или по аналогии* (Аристотель 1927: 66). Именно данное определение можно считать началом теории метафоры. Из определения метафоры Аристотеля следует, что метафора всегда предполагает перенос слова так, что слово употребляется в несобственном смысле. В *Риторике*⁴ Аристотель объясняет, что между метафорой и сравнением нет существенных

⁴ Christof Rapp (2022) *Aristotle's Rhetoric*. U: Stanford Encyclopedia of Philosophy. <https://plato.stanford.edu/entries/aristotle-rhetoric/> (08. 07. 2024).

различий, и поэтому сравнение считаем видом метафоры. Например, предложения *Ахиллес — лев* и *Ахиллес подобен льву* сходные по смыслу. Причина сходства между сравнениями и соответствующими метафорами заключается в том, что и сравнение, и метафора интерпретируются на основе аналогичных отношений. А если интерпретация предполагает перенос по правилам аналогии, то, согласно определению Аристотеля, это метафора. Для Аристотеля не каждая метафора считается хорошо образованной. Хорошо образованные метафоры не должны быть ни слишком непонятными, ни слишком банальными. Слишком непонятные метафоры являются недоступными, а слишком банальные метафоры описывают очевидные связи, не приносят новых знаний и не являются особенно изобретательными. Передать сходства, приводящие к новому пониманию ясным и соответствующим контексту способом, является способностью хорошего создателя метафоры. Еще, по мнению Аристотеля, метафора выполняет не только познавательную функцию, но и служит для усиления красоты языка (Hesse 2023: 9-15).

В теории литературы метафора является фигурой переосмысления, или тропом, и понимается как фигура, в которой одно слово используется вместо другого, то есть первая вещь принимается за другую. Иными словами, метафору объясняем, как особый метод описания, который, опираясь на принцип сходства, переносит понятия и названия из одной области жизни в другие области, соединяет вещи, редко соединяющиеся повседневной речью. Многие теоретики считают метафору сокращенным сравнением, в котором не указывается, что с чем сравнивается, а выражается лишь другой способ сравнения (Solar 2005: 76-77). Стоит отметить, что не у каждого слова существует возможность образования смыслового сдвига в метафорическом контексте. Возможность слова стать основой для ассоциативного значения определяется характером лексического значения слова. Чтобы понять формирование метафорических значений в словах, нужно раскрыть соотношение значения и понятия в определенном слове. В метафорической семантике можно выделить три элемента. Первый элемент – первоначальное значение слов, которое затушевывается и сдвигается в последствии взаимодействия семантико-ассоциативных полей соединенных слов. Вторым элементом – образ, возникший на основании ассоциативных полей данных слов. Третьим элементом – новое логическое содержание, то есть новая номинация, являющаяся результатом осмысления метафоры (Федоров 1969: 22, 45). По мнению К. И. Алексева (в Гриценко 2015b: 156), нужно разграничить процесс распознавания и процесс восприятия

метафоры. Понимание метафоры относится к пониманию тропа и обычного высказывания, а восприятие метафоры похоже на восприятие произведения искусства. Поэтому, можно сказать, что восприятие или понимание метафоры является общим, а распознавание метафоры уникальным механизмом.

По словам Генетта, так как каждый троп является заменой выражения, каждый троп можно считать метафорой, а Фонтаниер подчеркивает особенность метафоры не только дать новое название вещам, но и представить одну идею посредством другой, более заметной и более знакомой идеей (см. Weststeijn 1995: 116-117). Таким образом, благодаря возможности связывать гетерогенные явления, метафора часто используется в дидактике для уяснения абстрактных и сложных понятий (Санатина 2015: 82).

В отличие от других троп, метафора редко ограничивается одним словом. Метафорические выражения могут включать в себя все части речи и могут охватить сочетания и целые предложения, а в процессе интерпретации метафоры читатель пользуется контекстом. В художественной речи метафора способствует проникновению в суть того, что человеку уже известно. Таким образом у читателя появляются новые способы мышления и чувствования по отношению к известным ему понятиям. Интерпретация метафоры дает возможность увидеть мир по-другому, и именно поэтому метафора считается одним из самых мощных стилистических средств (Weststeijn 1995: 144). Употреблением метафоры устанавливаются связи и отношения между понятиями и явлениями, какие редко воспринимаются в повседневной или научной коммуникации. Использование метафоры принадлежит к основным характеристикам литературно-художественного языка, потому что новое, особое значение слова, возникшее передачей смысла, соединяет познание мира и жизни с чувствами, сопровождающими всякое истинное открытие значения определенных действий, вещей, характерных черт или объектов мысли человека (Solar 2005: 77). Особенно ярким стилистическим приемом считаются развернутые метафоры, которые возникают, когда художник на основе употребления одной метафоры нанизывает новые, связанные по смыслу с первой метафорой. Кроме того, в стилистике разграничиваем индивидуально-авторские и анонимные метафоры. Индивидуально-авторские метафоры являются очень выразительными и образуются художником для конкретной речевой ситуации, в то время как анонимные метафоры стали достоянием языка, как например, *буря страстей*. В зависимости от наличия или отсутствия образности, различаем поэтические и языковые метафоры (Голуб 2001: 134-135).

Расширение словарного запаса является одной из самых важных функций метафоры, и метафора часто употребляется с целью обозначить отвлеченное понятие. При этом уже существующие слова употребляются в переносном значении, чтобы назвать новые понятия. Также, многие метафоры стали частью литературного языка. Здесь, прежде всего, имеем в виду мертвые или стертые метафоры, то есть метафоры, которые частично или полностью потеряли свой метафорический характер. Например, *ножка стула, горлышко бутылки* (Weststeijn 1995: 126, 131-132). Метафоры часто встречаем в повседневной коммуникации, не замечая их присутствие. Например, *провалиться на экзамене* (Solar 2005: 88). Метафоричность в повседневной бытовой речи стирается, так как в общении самое главное – с помощью значения слов указать на понятие. Например, употребляя словосочетание *часы идут*, не имеем в виду образ движения человека, и у глагола *идти* только логическое значение *действовать*, но образ движения присутствовал в сознании, когда появились часы. Примерами еще являются понятия *шляпка гриба* и *шляпка гвоздя*. К тому же, из метафор и сравнений появлялись разные фразеологические словосочетания, обороты и идиомы, например, *анютины глазки, бить баклуши, узнать всю подноготную* (Федоров 1969: 24, 45). Метафора в разговорной речи является заимствованием из литературного языка, сленга или профессионального жаргона. Например, слово *хвост* в значении несданного экзамена, заимствовано из студенческого жаргона (Земская 1973: 463). Живые метафоры легко распознаются, так как легко обнаруживается конфликт между буквальным и контекстуальным значениями. По этой причине, живые метафоры, в отличие от мертвых метафор, имеют способность эмоционального воздействия и создания эстетического чувства. Несмотря на присутствие эмоционального воздействия, как живые, так и мертвые метафоры являются важным фактором моделирования действительности и создания картины мира (Гриценко 2015b: 156-157).

Метафора играет значительную роль в понимании образа мышления и формирования языковой картины мира. В зависимости от культуры, существуют определенные различия в восприятии окружающего мира, и у одинаковых понятий появляются различные коннотации. Это видно на примере словосочетания *зеленые глаза*. В то время как в одной культуре зеленые глаза связываются с красотой, в другой культуре символизируют ревность или зависть. Из этого следует, что язык одновременно является средством отображения мысли, а также формирования мысли и конструкций второй реальности в сознании человека. Языковая картина мира представляет собой

отражение реальности через культурную картину мира, и создается под влиянием географических особенностей, климатических условий, истории и условий жизни народа. Поэтому, языковая картина мира каждого языка и народа, к которому данный язык принадлежит, является уникальной. Поскольку мышление считается метафорическим процессом, чтобы понять способ мышления представителя иной культуры, нужно заниматься метафорой. Именно метафора является инструментом, позволяющим объяснить культурные различия и нормы, особенности мышления и процесс восприятия реальности (Кондрахина, Южакова 2019: 214-216).

Говоря о переносе значения, стоит упомянуть и метонимию, троп, в котором значение одного слова переносится на другое на основе реальных отношений. Например, вместо *я читаю произведение Франца Кафки – читаю Кафку*. Хотя метонимия считается отдельной стилистической фигурой, существует и мнение, что метонимия является видом метафоры (Solar 2005: 77-78).

3.2 Метафора в лингвистике

В то время как теория литературы занимается метафорой и метонимией как стилистическими фигурами, в рамках лингвистики метафора и метонимия рассматриваются как факторы, влияющие на распространение значения, то есть факторы, обуславливающие создание полисемии или многозначности лексических единиц. В контексте структурной семантики С. Ульман считает метафору одним из основных факторов в мотивирующих отношениях между значениями, и выделяет четыре вида метафоры: антропоморфические метафоры, анималистические метафоры, перенос от конкретного к абстрактному, синестетические или сенсорные метафоры. Антропоморфические метафоры являются видом метафоры, основным источником которых служат названия человеческого тела. Многие отдаленные явления человек сравнивает и понимает с помощью частей своего тела, например, *сердце города*. Но и наоборот, некоторые части тела названы лексемами, обозначающими явления во внеязыковом мире, к примеру *корень зуба*. Анималистические метафоры образуются в результате сходства явления с миром животных. Например, *хвост – прическа, ослиная скамья* – самая последняя скамья в классе. Перенос от конкретного к абстрактному значит, что человек использует конкретное для понимания отвлеченных явлений. Примером такого переноса значения являются сочетания *корень проблемы* и *родилась идея*. Синестетические или сенсорные метафоры возникли на основе сходства

ощущения, как например, *теплый голос, кричащий цвет, сладкий аромат* (Raffaelli 2015: 173-175).

В отличие от метафоры, которая всегда обуславливает переход от конкретных значений к абстрактным, метонимия имеет двусторонний характер – одна, наиболее заметная, часть явления служит для обозначения целого, но и целое явление служит для обозначения одной из своих частей. Например, слово *мозг* в сочетании *утечка мозгов* обозначает умных и образованных людей. Также, в предложении *Философский факультет испытывает большие трудности в реализации Болонского процесса* сочетание *Философский факультет* относится только к студентам и преподавателям. Метонимия дает возможность выразиться экономичнее и яснее, и поэтому метонимия часто используется в повседневной коммуникации. Поскольку и метафора, и метонимия основаны на переносе значения, некоторые ученые считают, что метафору и метонимию нельзя рассматривать как отдельные фигуры и указывают на существование *метонимически основанных метафор*. Примером является лексема *мышь*. Метафорическое, переносное значение лексемы *мышь*, как компьютерное устройство, основано исключительно на размере и телосложении животного и не имеет никакого отношения к факту, что мышь является грызуном (Raffaelli 2015: 175-177, 181).

Исследование афазии Якобсона направило понимание метафоры и метонимии как феноменов, являющихся частью человеческого ума. Такое понимание является характерным для когнитивной лингвистики (см. Raffaelli 2015: 177-178). Афазия является речевым расстройством и имеет несколько форм. Однако, замечаются два полярных типа афазии. Одна форма связана с нарушением металингвистических операций, то есть нарушением способности к селекции и субституции, а другую форму характеризует нарушение владения иерархией языковых единиц, то есть нарушение способности к комбинированию и контекстной композиции. Из этого следует, что афазия может ограничить или полностью заблокировать процессы метафоры и метонимии. Метафора не характерна для расстройства подобия или сходства, а метонимия не характерна для расстройства смежности. В связи с этим, различаем две смысловые линии, по которым развивается речевое событие: *ось метафоры* и *ось метонимии*. Развитие по оси метафоры обозначает, что одна тема переходит в другую по сходству или подобию, а развитие по оси метонимии подразумевает переход одной темы в другую по принципу смежности. В регулярном языковом поведении процессы метафоры и метонимии постоянно встречаются, но говорящий может отдавать предпочтение одному

из процессов в результате влияния культуры, индивидуальных характеристик и языкового стиля (Якобсон 1990: 110, 126).

Значительное изменение в понимании метафоры произошло в 1980 году, когда Джордж Лакофф и Марк Джонсон опубликовали книгу *Метафоры, которыми мы живем* (англ. *Metaphors We Live By*), согласно которой метафора перестает определяться лишь как стилистическая фигура или способ выражения и становится неотделимой частью понимания мира. В когнитивной лингвистике метафора и метонимия представляют собой *когнитивные механизмы*, определяющие формирование понятийной системы человека и присущие как понятийным, так и языковым структурам. Следовательно, в рамках когнитивной лингвистики можно говорить о концептуальных метафорах. Концептуальные метафоры являются метафорами, в которых понятие одной области, области цели, понимается с помощью понятия другой области, области источника, на основе сходства. Точнее, между областью цели и областью источника происходит метафорическая проекция или когнитивное отображение. Область источника подразумевает конкретное знание человека и служит пониманию области цели. Например, в концептуальной метафоре *любовь – это война* любовь является областью цели, а война областью источника (Raffaelli 2015: 177-178).

Согласно мнению Лакоффа и Джонсона (1990), понятийная, или концептуальная, система человека отличается преимущественно метафорическим характером. Метафоры структурируют восприятие, мышление и действия человека, и можно сказать, что метафорические понятия наводят порядок в повседневной жизни людей. Одним примером метафорического понятия, или концепта, выделяется *спор – это война*. Речь идет не о физическом сражении и том, что спор является разновидностью войны, а данная метафора указывает именно на понимание спора человеком в контексте войны. Описывая спор, человек говорит в терминах войны – в споре можно победить или проиграть, в споре существует противник, человек атакует позиции противника и защищает собственные, планируются действия и используется стратегия. Из этого видно, что спор до некоторой степени упорядочивается, понимается и осуществляется в контексте войны, а метафорически упорядоченное понятие и деятельность способствуют метафорической упорядоченности языка. Приведенная метафора *спор – это война* наводит в порядок действия, совершающиеся в споре, и принадлежит к числу *метафор, которыми мы живем*. Стоит отметить, что образование такого типа метафоры обусловлено культурой определенного народа. Еще одним примером метафорического

понятия является выражение *время – деньги*. Возникновение данного концепта объясняется отношением человека ко времени как к ценной вещи и ограниченным ресурсам. Таким образом, время можем сэкономить, напрасно потратить, рассчитать, истратить, вложить разумно или безрассудно. Приведенные примеры *спор – это война* и *время – деньги* можно назвать структурными метафорами, потому что одно понятие, спор или время, структурно упорядочивается в терминах другого понятия, войны или денег. Еще некоторыми примерами метафорических понятий являются: *любовь – это путешествие*, *любовь – это колдовство*, *идеи – это люди*, *теории – это строения*, *жизнь – это азартная игра* (Лакофф, Джонсон 1990: 387-392).

Другим типом метафорического понятия являются ориентационные метафоры, отличающиеся организацией понятий по образцу иной системы. К ориентационным противопоставлениям относятся противопоставления *вверх – низ*, *внутри – снаружи*, *передняя сторона – задняя сторона*, *глубокий – мелкий*, *центральный – периферийный*. Метафоры называем ориентационными, так как большое количество таких метафорических понятий связано с пространственной ориентацией. Многие абстрактные понятия понимаются человеком с помощью ориентационных отношений. Причину находим в свойствах и образе функционирования человеческого тела в физическом мире. В то время как счастье и положительные эмоции ориентированы на верх, грусть и отрицательные переживания ориентированы вниз. Возможно, это объясняется поведением человека – положительные эмоции заставляют человека поднять, а негативные опускать голову. Важно добавить, что метафорические ориентации, обусловленные физическим и культурным опытом. Это можно доказать примером взгляда на будущее. В зависимости от культурного понимания, будущее может находиться как впереди, так и позади человека (Лакофф, Джонсон 1990: 396-402).

3.3 Метафорическое понятие *спорт – это война*

По аналогии, можно сказать, что *спорт – это война* также является примером метафорического понятия или концептуальной метафоры. Человек понимает спортивную игру в контексте войны, то есть спортивная игра, победы и поражения воспринимаются человеком как аналог военной битвы. Историческую связь и взаимодействие спортивной и военной сфер можно объяснить подготовкой спортсменов в первой половине XX века в СССР. Военные метафоры появляются в различных типах дискурса, но процесс метафоризации военной лексики является особенно продуктивным и частым в языке спорта. Чтобы определить специфику функционирования военных

метафор в спортивном дискурсе начала XXI века, проведен анализ текстовых фрагментов из Национального корпуса русского языка. По результатам анализа, в спортивном дискурсе метафоризация военной лексики, чаще всего, происходит внутри группы *наименование военных действий и способов ведения войны*, составляющей 30 % рассмотренных примеров, и группы *наименование лиц и совокупности лиц, имеющих прямое и косвенное отношение к военным действиям*, составляющей 20 % рассмотренных примеров. Далее, следует тематическая группа *наименование видов оружия, его элементов и мест хранения*, примеры которой составляют 15 % анализируемых примеров. Некоторыми из примеров, принадлежащих данным тематическим группам, являются слова *агрессия, бой, битва, побоище, богатырь, боец, бомбардир, капитан, арсенал, калибр*. Результаты можно объяснить сходством характера самых военных и спортивных действий, и сходством в поведении участников военных и спортивных действий. Конкуренцию как между спортсменами, так и между военными характеризуют агрессивность и желание победить в любом случае. Между анализируемыми примерами 89 % составляют субстантивные метафоры, 8 % глагольные метафоры и 3 % адъективные метафоры (Федотова 2018: 378-380).

4 Функциональные стили русского языка

4.1 Определение функционального стиля

У каждого текста своя функция и, следовательно, каждый текст относится к определенному типу, то есть стилю. Тексты группируются по стилям, в зависимости от их содержательных и формально-языковых свойств, в рамках функционально-стилевой лингвистической типологии. Функциональный стиль представляет собой разновидность литературного языка, в нашем случае литературного русского языка, которая выполняет определенную функцию в общении. Поскольку выделяется шесть функций стиля, существует и шесть функциональных стилей: разговорно-обиходный, научный, официально-деловой, художественный, газетно-публицистический и церковно-религиозный стили. Функциональный стиль применяется в особой сфере, отражает некоторую сторону жизни общества, и поэтому в каждом стиле существуют характерные слова и выражения. Кроме того, у каждого стиля являются характерные условия общения, и у каждого стиля своя задача в речи, а также репертуар речевых жанров, в которых стиль реализуется. Постоянно взаимодействие функциональных стилей определяет развитие русского литературного языка (Евтюгина 2018: 6-12).

4.1.1 Научный стиль

Научный стиль встречается в сфере науки и образования, обладает информативной целью, а основной формой является письменная монологическая речь. В письменной научной речи различаются академический, научно-учебный и научно-популярный подстили, которые определяются в зависимости от целевой аудитории и характера излагаемой информации. Особенностью письменной научной речи выделяются точность и логичность изложения информации. Излагаемая информация является обобщенной и отвлеченной, и представляется безлично, в строгом тоне, в отсутствии эмоциональности. В научном тексте используется много терминов, а также общенаучная, нейтральная и специальная книжная лексики. Художественные средства, как правило, не используются, но в некоторых случаях автор использует сравнение или метафорическое выражение с целью объяснения. С точки зрения грамматики, текст выделяется значительной усложненностью. Научный стиль представлен в различных жанрах, как например, монографии, научные статьи, рефераты, справочники, учебники. С другой стороны, устные научные жанры разделяются на монологические и диалогические. В качестве примера монологических жанров можно привести научные доклады, лекции и защитное слово, а к диалогическим жанрам относятся научные дискуссии, семинары и опросы (Евтюгина 2018: 32-37, 52-53).

4.1.2 Художественный стиль

Художественный стиль еще называется и литературно-художественным стилем, поэтическим стилем и высоко функциональным стилем. Целью художественной речи является воздействие на интеллект и эмоции, и воспитание читателей. При этом используются книжные, иногда архаичные, слова, а также метафора и другие средства переноса значения (Флоря 2011: 142, 146). Для художественной речи свойственное употребление образной и эмоциональной лексики, и данный стиль выделяется эстетической функцией. Поскольку у художника широкая возможность выражения, художественный стиль занимает первое место между функциональными стилями по степени индивидуальности языка. Жанрами художественного стиля являются, например, роман, рассказ и стихотворение (Евтюгина 2018: 7-12).

4.1.3 Официально-деловой стиль

Официально-деловой стиль является особенностью административно-правовой сферы деятельности и у него как информативная, так и предписывающая цели. Характеристики официально-делового стиля наиболее заметны в различных документах,

то есть в письменной монографической речи. Для создания документа нужно соблюдать определенную форму. По функции и характеру информации, содержащейся в документе, документы делятся на распорядительные, организационно-административные, организационно-информативные, информационные и личные документы. Письменная деловая речь стандартизованная и консервативная, что является результатом соблюдения формы документа и наличия канцеляризма. Кроме того, деловую речь описывает точность и однозначность в изложении материала употреблением цифровых данных, имен и названий, в полной и аббревиатурной формах. Высказывание в текстах строится от общего к частному, употребляются юридическая терминология, экономическая терминология, и технические термины, а отсутствуют разговорная и эмоционально-оценочная лексика. Так как разговорная речь оказывает значительное влияние на устную деловую речь, приведенные стилевые черты не полностью проявляются в устной деловой речи. Примерами устной деловой речи являются деловая беседа, деловые переговоры, монологические выступления на сообщениях (Евтюгина 2018: 57-60). Внутри официально-делового стиля различаются собственно деловой, дипломатический, юридический, финансово-экономический и инструктивный подстили (Флоря 2011: 114).

4.1.4 Церковно-религиозный стиль

У церковно-религиозного стиля религиозно-коммуникативная функция, и он представлен каноническими текстами, молитвами и речью священнослужителей. Церковно-религиозный стиль выделяется своей особой архаической и возвышенной лексикой, в которой обнаруживаются многие заимствования из старославянского языка. Для религиозного стиля характерны экспрессивные слова и книжные грамматические формы вместе с архаическими морфологическими и синтаксическими формами (Евтюгина 2018: 7-12).

4.1.5 Публицистический стиль

Публицистический стиль используется в различных по тематике текстах СМИ и встречается в общественно-политической и культурной сферах массового общения. В публицистической речи автор текста намерен информировать и, нередко, оказать влияние на мнение своих читателей или слушателей. Поэтому, у публицистического стиля выделяются две цели – информативная и побудительная или воздействующая. Для публицистического стиля характерны и устная, и письменная формы речи. Публицистический стиль включает в себя компоненты и разговорно-обиходного стиля,

и книжных стилей. Публицистическую речь характеризует понятность для массовой аудитории, и поэтому подразумевает употребление в обществе распространенной и известной терминологии, а специальные термины обычно появляются вместе со своим объяснением. Актуальность публицистического текста, отражается в использовании новой заимствованной лексики, а объективность изложения информации проявляется в употреблении цифровых данных, реальных имен и названий, нередко в сокращенном варианте. В публицистической речи автор выражает свое мнение к предмету речи, при чем используются эмоционально-оценочные слова и выражения, иногда из разряда сниженной, разговорной лексики. Выразительности публицистического текста способствует наличие художественных средств и приемов, фразеологизмов, пословиц и устойчивых оборотов разговорной речи. Признаком стандартизованности и консервативности являются газетно-публицистические клише, а иногда автором создаются и неологизмы. Грамматика в публицистической речи является несложной, тексты нередко сопровождаются фотографиями, и преобладает сжатость изложения. К публицистическому стилю относятся, например, газетные статьи, очерки, рецензии, парламентская речь и презентационная речь (Евтюгина 2018: 17-18). В связи с этим, в рамках публицистического стиля можно выделить газетно-публицистический, политико-публицистический и ораторский подстили. Каналами связи являются СМИ, включая интернет, а форма контакта может быть опосредованной или прямой (Флоря 2011: 132).

4.1.6 Разговорный стиль

Разговорный стиль подразумевает неформальные условия и бытовое общение между людьми. Цель разговорной речи является коммуникативной. В разговорном стиле преобладают обиходные темы и устная форма речи, а письменная форма встречается в различных сообщениях и электронных письмах. Разговорный стиль характеризуют отсутствие официальных отношений между участниками общения, непосредственность общения, неподготовленность и импровизация, диалогичность, использование неречевых средств и грамматическая простота текста. Кроме того, особенностями разговорного стиля выделяются неопределенность семантических границ, употребление семантических стяжений или конденсатов, слов бытовизмов, слов-дублетов, слов-указателей и *слов-губок*. *Слова-губки* обладают или общим, или неопределенным значением, которое уточняется контекстом. К примеру, слово *временка* в общем значении обозначает *нечто временное*, но в различных ситуациях и контекстах может

обозначать *временный дом, печку, лестницу* и другие предметы (Евтюгина 2018: 13-15). В связи с преимущественным употреблением разговорной речи в устной форме, важным фактором коммуникации выделяется интонация. Помимо того, важную роль играют средства неязыковой коммуникации, мимика и жест, дублирующие или заменяющие языковые средства. Жест обладает и информативной, и экспрессивной функциями – употреблением жеста сокращается вербальный текст и в диалог вносятся дополнительные смыслы (Земская 1973: 19, 464). С грамматической точки зрения, в разговорной речи преобладают короткие предложения, не всегда упорядоченной и законченной конструкции. Как правило, отсутствуют причастные и деепричастные обороты, отглагольные существительные и цепочки родительных падежей. Часто употребляются простые предложения и присоединительные конструкции, а также заметна тенденция описывания признаков предмета вместо его названия (Евтюгина 2018: 15-16).

4.2 Лексические особенности функциональных стилей

У каждого функционального стиля свои лексические и грамматические особенности, соответствующие функции определенного стиля. Стиль выделяется своей специальной лексикой, но в основе каждого стиля находятся нейтральные слова, объединяющие функциональные стили и сохраняющие единство литературного языка. Также, грамматические средства общие для всех стилей, но замечается предпочтение в употреблении определенных грамматических форм и конструкций внутри каждого стиля. К тому же, функциональные стили различаются образностью, экспрессивностью и стилистической коннотацией, имеют различную степень стандартизованности и индивидуализированности речи (Евтюгина 2018: 9-10). Научный, публицистический и художественный относятся к книжным стилям, которым стилистически противопоставляется разговорная речь. При этом, наиболее четко – противопоставление книжных и разговорных слов. Стилистическая характеристика слова зависит от восприятия определенного слова говорящим. Слово может являться общеупотребительным, то есть уместным в любом стиле, или может появляться только в одном из функциональных стилей языка. Стилиевая закреплённость слова определяется с помощью тематической отнесенности, например, слова-термины связываются с научным языком, политические названия принадлежат к публицистическому стилю, а слова, употребляемые в делопроизводстве, относятся к официально-деловому стилю. Стилистическую характеристику слова дополняет эмоционально-экспрессивная окраска

слова. Эмоционально-экспрессивные слова являются частью книжной, разговорной и просторечной лексики. Как правило, нейтральные в эмоционально-экспрессивном смысле слова принадлежат к общеупотребительной лексике, но, с другой стороны, термины в эмоционально-экспрессивном отношении являются нейтральными, а принадлежать к научному стилю. К книжной лексике принадлежат высокие слова, эмоционально-экспрессивные слова с положительной и отрицательной оценками, а также ироническая, неодобрительная и презрительная лексики. Ласкательные слова, шутливые слова и слова с отрицательной оценкой являются частью разговорной лексики, а слова за пределами литературной лексики, как с положительной, так и с отрицательной оценками, относятся к просторечию (Голуб 2001: 57-63).

5 Спортивный дискурс

5.1 Определение и классификация дискурса

Дискурс, в современных исследованиях, подразумевает речь, которая в себя включает всю разнообразность исторической эпохи, а также индивидуальных и социальных особенностей коммуникативной ситуации и самых участников коммуникации. Дискурс можно разделить на устный и письменный дискурсы, и на монологический и диалогический дискурсы. Помимо того, дискурсы могут различаться и по национальному признаку, например, русский, французский и немецкий дискурсы, а дискурс по национальному признаку подразделяется на научный, политический и тому подобное. Еще одна классификация дискурса предлагает определить типы дискурса в соответствии с социальной ролью участников коммуникации, видами и сферой коммуникации. В связи с этим, выделяются персональный и институциональный дискурсы. К персональному дискурсу относятся бытовое и бытийное общения, то есть диалог и монолог, при чем говорящий рассматривается как индивидуальная личность со своими качествами. Институциональный дискурс описывает общение в рамках статусных и ролевых отношений. Политический, дипломатический, юридический, медицинский, рекламный и спортивный дискурсы являются некоторыми из видов институционального дискурса. Спортивный дискурс представляет собой вид коммуникации в рамках спортивной деятельности и подразумевает речь, которая переносит смыслы, описывающие спортивную деятельность и совокупность текстов, фиксированных на письме или в памяти. Например, к спортивному дискурсу принадлежат профессиональное общение тренеров и спортсменов, спортивный брифинг

и репортаж спортивных соревнований. В результате сращения спортивного дискурса с другими институциональными дискурсами даже можно сказать, что полная разновидность спортивного дискурса не существует. С другой стороны, спортивный дискурс проявляется при изложении спортивных событий в СМИ, что приводит к образованию *спортивного массмедийного дискурса* (Аветян 2018: 116-118).

5.2 Метафора в разных типах дискурса

Наличие и частота употребления метафоры зависят от типа дискурса. Так, метафора вполне отсутствует в разных видах делового дискурса, средняя степень метафоричности встречается в научном дискурсе и в разновидностях научного дискурса, а самой высшей степенью метафоричности обладают художественный, политический и религиозный дискурсы с целью максимально эмоционально воздействовать на адресата. В различных классификациях приводятся и различные функции метафоры, и в каждом виде дискурса преобладают те функции метафоры, которые соответствуют задаче и цели определенного типа дискурса. Следовательно, в художественном дискурсе у метафоры эстетическая и активизационная функции, научный дискурс характеризует эвристическая и аргументативная функции, в политическом дискурсе метафоры выполняют интерактивную и интегрирующую функции, в педагогическом дискурсе преобладают когнитивная и мнемоническая функции, а в религиозном дискурсе доминируют активизационная, эвристическая и эмотивная функции метафоры (Бахчоян 2017: 159).

В спортивном дискурсе употребляемые метафоры характеризуются разнообразными свойствами и функциями, а среди живых метафор, чаще всего, употребляются вербальные единицы, изображающие искусство, и они направлены на эмоциональное восприятие. Значительная часть метафор спортивного дискурса утверждает стереотип восприятия спортивных событий и действий спортсменов в контексте войны (Гриценко 2015b: 159). Это подтверждают и исследования некоторых других авторов, в том числе Санатиной (2015), Федотовой (2018), Гавры и Быковой (2023), согласно которым одним из самых частых видов метафоры в описании спортивных событий является именно военная метафора, то есть спортивная игра сопоставляется с действиями войны и понимается в терминах войны.

5.3 Язык спорта и спортивная журналистика

Профессиональная культура спорта считается субкультурой, то есть частью национальной культуры, в рамках которой свойственно употребление спортивной терминологии. Так как спортивные термины одновременно используются и специалистами, и болельщиками, встречаются и в средствах массовой информации, и в текстах художественной литературы с функцией метафоры, спортивную терминологию можно отнести к числу наиболее употребляемых терминологий. Поэтому спортивная терминология слабо отграниченная от общеупотребительной лексики, а еще замечается сходство спортивной и технической терминологий в результате требования точного выполнения действий. Поскольку спортивная лексика быстро развивается, терминологию характеризует динамизм, а также наличие терминов-синонимов. Несмотря на то, что при употреблении терминов, как правило, должна отсутствовать коннотация, спортивная терминология является оценочной, экспрессивной, образной и эмоциональной (Минина 2018: 24-25). Причиной того, что спортивный дискурс, как правило, не принадлежит к нейтральному регистру, считается сама природа спорта, направленная на эмоциональное восприятие. Следовательно, в спортивном дискурсе используются многие стилистические средства, в том числе метафоры, эпитеты и эмоционально-оценочная лексика. Так, спортивный дискурс, в большинстве случаев используется в профессиональной сфере и в СМИ, обладает своей системой концептов, которая вместе со спортивной лексикой возникает в последствии сравнения конкретных сценариев спорта со сценариями трудовой, игровой, социальной и коммуникативной деятельности (Гриценко 2015а: 9-10).

На примере языка футбольного комментария нередко замечается использование метафорического переноса. Метафоры, употребляемые комментатором, образуются с помощью лексики, заимствованной из различных сфер, и обладают номинативной, экспрессивно-оценочной, эстетической, прагматической и когнитивной функциями. В языке футбольного комментатора заметна не полная объективность, так как победы и поражения *своей* команды часто описываются иначе, чем победы и поражения команды соперника. Так, одни победы описываются как заслуга и результат отличной работы команды, а другие – как случайность или результат ошибки судейства (Санатина 2015: 83, 85).

Каждый журналист выделяется собственным стилем, но в рамках спортивной журналистики можно обнаружить некоторые общие характеристики. Спортивные

журналисты пользуются специализированной лексикой, в том числе фразеологией и терминологией. Примером фразеологического терминосочетания является *поразить кольцо соперника* в значении забросить мяч в баскетболе. В языке спортивных журналистов употребляются слова профессионального назначения и иноязычная лексика, а заметно и применение цитации, которая в заголовке привлекает внимание читателя, особенно в интернет-СМИ (Кучугова 2019: 32-33).

В языке профессиональной коммуникации в области спорта можно выделить несколько страт или слоев. Стратами являются термины, профессионализмы, профессиональные жаргонизмы и номенклатурные обозначения или номены. Спортивные термины можно разделить в соответствии с принадлежностью определенной сферы знания. Так, существуют общенаучные и межотраслевые термины, общеспортивные или отраслевые термины, узкоотраслевые или межспортивные термины и узкоспециальные термины. Общенаучные и межотраслевые термины являются заимствованиями из других сфер деятельности, например, *психологическая подготовка, релеве, парус*. Термины, использующиеся во всех видах спорта, называются общеспортивными терминами, а термины, употребляющиеся в двух или нескольких видах спорта, называются узкоотраслевыми. Если термины характерны только для одного вида спорта, то такие термины называются узкоспециальными. К примерам общеспортивных терминов относятся лексемы *победа, судья* и *тренировка*, примерами межспортивных терминов выделяются *мяч, гол* и *тайм*, а *корнер, пенальти* и *блок-шот* являются примерами узкоспециальных терминов. Профессионализмами определяются лексические единицы, употребляемые специалистами, но, в отличие от терминов, только в устной форме, например, *рамка* в значении створ ворот. Иногда единицы из группы профессионализмов могут стать частью терминологии, как например, слово *ласточка*. Профессиональные жаргонизмы от профессионализмов отличаются большей экспрессивностью и иногда вульгарностью. Частями спортивного жаргона считаются интержаргонизмы, принадлежащие ко всем жаргонам или к ряду, а также жаргонизмы заимствованные из различных сфер жаргонной лексики и собственно спортивные жаргонизмы. Номенклатурные обозначения включают названия спортивных организаций, спортивных обществ и клубов, турниров, призов и марок транспортных средств (Минина 2018: 25-27). Однако, можно сказать, что четкие границы между пластами языка спорта не существуют, так как и профессионализмы, и жаргонизмы могут перейти в разряд терминов (Санатина 2015: 83).

Одним из признаков профессионализма спортивного журналиста является владение значительным объемом иноязычной лексики. В соответствии с результатами анализа наличия и использования заимствованных слов в спортивной журналистике на материале канала *Россия-2*, иноязычные заимствования в сфере спортивной журналистики можно разделить на несколько групп. К первой группе относится иностранная лексика, совсем не воспринимаемая носителями языка как иноязычная, потому что широко употребляется спортивными журналистами и является освоенной в других сферах деятельности, например, *атака, лидер, старт*. Во второй группе находится заимствованная лексика более узкой сферы употребления, которая вследствие частого и долгого употребления в речи журналистов является понятной для большинства аудитории. Примерами являются *голкипер, аут, гейм* и разные аббревиатуры, как например, *FIFA*. В следующую, третью, группу входят термины, являющиеся понятными узкому кругу специалистов, к примеру *альбатрос* – фигура синхронного плавания. Помимо того, можно выделить и иностранные имена собственные, ставшие частью спортивной терминологии, например, *Цукахара* в спортивной гимнастике. Заимствование в спортивной сфере является стремительным процессом, и употребление иноязычных заимствованных терминов в сфере спорта является необходимостью. Однако, следует разграничить лексемы объективного характера, относящиеся к интернациональной спортивной терминологии, и лексемы, причиной употребления которых является языковая мода. Например, слово *мундиаль* лучше заменить сочетанием *Чемпионат мира* (Лебедев 2014: 216-219).

Употребление разных риторических фигур заметно в текстах новых медиа, описывающих события Олимпийских игр 2022 года. Каламбуры, метафоры, разговорная и просторечная лексика появляются в заголовках и в текстах статей, чтобы актуальными символами эпохи, культуры и языка сформировать конкретный образ Олимпийских игр. При анализе 100 спортивных статей в употреблении риторических фигур каламбуры составили 38 %, метафоры 33 %, а просторечные и разговорные лексические единицы 28 % проанализированной лексики. Каламбуры своей комической основой привлекают читателей, и поэтому каламбуры наиболее часто употреблены в заголовках. Метафоры встречаются одновременно и в заголовках, и в самых текстах статей, и связывают спорт с понятиями войны, театра и медицины, при чем используются слова как *борьба, кошмар, драма*. Метафоры связаны с лингвокультурой носителя языка, с помощью метафор создается образ, основанный на понятийной системе человека, а употребление

разговорной и просторечной лексики делает текст доступным и максимально актуальным для читателя (Лонская, Бурская, Карпухина, Панова 2023: 84-85).

При описании командных игр, как например, баскетбол, футбол и хоккей, в спортивных СМИ раскрывается метафорическое осмысление событий. На примере игры в баскетбол заметны стандартные метафорические модели, к примеру, *бросок – выстрел*, *игрок – снайпер*, и метафоры, чаще всего, сравнивают спортивную игру с войной, борьбой и дракой. Например, *добивать обескровленных гостей, получить тумачков от команды, оборонительные ходы штаба, блицкриг, новобранец*. Помимо спортивных метафор, при описании игры в баскетбол можно заметить и метафоры, сближающие понятие игры со зрелищем, с театром, с бизнесом, с областями шоу-бизнеса и колдовства. Примерами являются выражения *творит чудеса алхимии (превращая медь в золото)*, *лицевой счет очков* (Гриценко 2015: 12-14).

Употребление военной метафоры заметно на конкретном примере представления спортивного инцидента с Камиллой Валиевой⁵ на Олимпиаде 2022 в российских медиа прогосударственной и патриотической ориентации. Согласно результатам исследования описания допинг-скандала в женском фигурном катании, подтверждено, что медиа использовали многие метафоры с военной семантикой и таким способом ориентировали аудиторию на восприятие спортивного инцидента как эпизода гибридной войны Запада против России. Агрессором в этой войне является Запад, а Россия выступает стороной, отвечающей на агрессию. В медиа встречаются слова военного дискурса, например, *атака, нависающий меч, провокация, битва, боевой настрой, герой, брать в заложники, выстоять в битве*. К. Валиева сначала представляется как жертва, а в конце – как герой и победитель. Более того, допинг-инцидент маркируется как провокация и атака, как на спортсменку, так и на всю российскую команду, российский спорт и даже страну в целом. Возможно, причину находим в том, что в результате медийности, большой аудитории и замкнутости зрелищ спортивная сфера выступает на эмоции полем

⁵ Валиева Камила Валерьевна (род. 26 апреля 2006, Казань) – российская фигуристка и чемпионка (олимпийская чемпионка в командном соревновании, чемпионка Европы, чемпионка мира среди юниоров, победительница финала юниорского «Гран-при», победительница этапов «Гран-при», победительница турнира серии «челленджер» Finlandia Trophy 2021, двукратный серебряный призер чемпионата России, заслуженный мастер спорта России, кавалер ордена Дружбы). Допинг-тестом на чемпионате России в Санкт-Петербурге в декабре 2021 года в пробе Камилы был обнаружен триметазидин. В последствии, Спортивный арбитражный суд (CAS) принял решение дисквалифицировать фигуристку на четыре года, при чем все ее результаты от 25 декабря 2021 года должны быть аннулированы. <https://www.sport-express.ru/figure-skating/reviews/biografiya-kamily-valievoy-zhizn-i-sportivnaya-karera-rossiyskoy-figuristki-1889344/> (16.07.2024).

формирования дихотомических отношений *мы – они, свои – чужой, друзья – враги, победа – поражение, добро – зло*. Следовательно, спортивная сфера может служить семантическим механизмом формирования позиции субъекта, а спорт и крупные спортивные мероприятия могут служить смыслообразующим полем для достижения политических целей (Гавра, Быкова 2023: 60-63).

Спортивный язык проникает в другие сферы жизни общества, что хорошо видно в текстах российских СМИ. Причиной является то, что спорт считается значительным элементом общественной, политической и культурной областей жизни в России и в других развитых в спортивном отношении странах. Использование спортивной лексики автором и перенос этой лексики в область политики позволяют непростые ситуации представить выразительным образом. Следовательно, язык спорта становится способом понимания общественных процессов, средством выражения фактов общественной жизни, политических конфликтов и противостояний. К тому же, автор более четко обозначает свою позицию и оказывает влияние на читателя, а читатель начинает думать о значимых политических и общественных событиях жизни. Примером метафорического образа, вошедшего в политический лексикон России, являются выражения *длинная скамейка* или *скамейка запасных* (Филиппова 2011: 82, 84-86). Данные выражения из спортивного жаргона обозначают *резерв кандидатов на замещение значимых государственных должностей* (Академик, 2024). Также, в результате процесса полисемии, связанные со спортом значения появляются у юридических и экономических терминов и у публицистической лексики. Например, *вердикт* – решение присяжных заседателей о виновности или невиновности подсудимого; решение судей в спортивных состязаниях (Климас, Машуш 2012).

5.4 Анализ корпуса

С целью показать проникновение новой лексики в русский язык в контексте спорта, нами проанализированы 50 понятий и 20 выражений, которые были найдены в статьях на спортивных порталах sports.ru, championat.com и sport-express.ru с ноября 2023 года по февраль 2024 года. В анализе понятия приводится иностранное слово, определяется способ заимствования в русский язык, определяется тип адаптации в русском языке и указывается на значение понятия – новые лексические единицы входят в язык транскрипцией, транслитерацией или калькированием, при чем могут адаптироваться на фонологическом, морфологическом и семантическом уровнях. Для проверки значения и ударения понятий в русском языке использованы справочно-информационный портал

грамота.ру, онлайн-карта слов и выражений русского языка картаслов.ру и портал academic.ru. Если определенное слово является многозначным, то приведены только те значения, которые используются в контексте спорта. Также, для футбольных терминов использована и методическая разработка *Футбольные термины и понятия*.

5.4.1 Слова-спортивные термины

1. хет-трíк

- Английское слово: hat-trick / hat trick
- Тип адаптации: транскрипция, фонологическая и морфологическая адаптации
- Значение: три гола, забитых одним игроком в одном матче

2. ассистíровать

- Английское слово: assist
- Тип адаптации: семантическая адаптация, у слова появляется новое, дополнительное значение; русском языке также используется слово *ассист*, которое, как и английское слово *assist*, является существительным; морфологическая адаптация: суффиксация -ир- + -ова- + -ть
- Значение: ситуация в видах спорта с мячом, когда игрок касается мяча, что приводит к тому, что другой игрок той же команды забивает гол или очко

3. вíнгер

- Английское слово: winger
- Тип адаптации: транслитерация, фонологическая адаптация – замена /w/ на /в/, морфологическая адаптация
- Значение: крайний нападающий; игрок, который в большей степени ориентирован на атаку и располагается на фланге (в футболе, хоккее и т. п.)

4. пенáльти

- Английское слово: penalty
- Тип адаптации: транскрипция, фонологическая адаптация, сдвиг ударения на следующий слог, несклоняемое существительное / морфологическая адаптация – нулевое окончание, средний род
- Значение: штрафной удар с небольшого расстояния по воротам без защиты в футболе, хоккее

5. голкíпер

- Английское слово: goalkeeper
- Тип адаптации: транскрипция, фонологическая и морфологическая адаптации

- Значение: игрок, защищающий ворота своей команды, вратарь

6. капитан

- Английское слово: captain

- Тип адаптации: семантическая адаптация, появляется новое значение у уже существующего галлицизма

- Значение: глава, руководитель спортивной команды

7. снайпер

- Английское слово: sniper

- Тип адаптации: семантическая адаптация, слово, заимствованно из военной терминологии и в переносном значении употребляется в языке спорта; слово *снайпер* является транскрипцией английского слова *sniper*

- Значение: игрок команды, который забивает очень много голов, по сравнению с другими игроками

8. (первый/второй) тайм

- Английское слово: (first/second) half

- Тип адаптации: слово *тайм* является транскрипцией английского существительного *time* со значением время, морфологическая адаптация

- Значение: часть спортивной игры, устанавливаемая по времени (например, в футболе – половина отведенного времени)

9. форвард

- Английское слово: forward

- Тип адаптации: транслитерация, фонологическая адаптация – замена /w/ на /в/, морфологическая адаптация

- Значение: игрок нападения, нападающий

10. пас

- Английское слово: pass

- Тип адаптации: транскрипция, фонологическая и морфологическая адаптации

- Значение: передача мяча кому-либо из игроков своей команды

11. сейв

- Английское слово: save

- Тип адаптации: транскрипция, фонологическая адаптация – нулевой уровень, морфологическая адаптация

- Значение: отражение удара вратарем

12. дриблинг

- Английское слово: dribbling
- Тип адаптации: транскрипция, фонологическая и морфологическая адаптации
- Значение: в ряде видов спорта манёвр с мячом, смысл которого состоит в продвижении игрока мимо защитника, регламентированного правилами, при сохранении мяча у себя

13. трофэй

- Английское слово: trophy
- Тип адаптации: семантическая адаптация, галлицизм приобретает новое, дополнительное значение
- Значение: вещественная память о какой-либо победе, подвиге, успехе

14. бомбардёр

- Английское слово: bombardier
- Тип адаптации: семантическая адаптация, слово бомбардир заимствовано из французского языка, является частью военной терминологии, и на основе переноса значения употребляется в языке спорта
- Значение: игрок, который часто забивает голы (в футболе, хоккее и т. п.) или приносит выигрышные очки сильными удачными ударами (в других играх)

15. плеймэйкер

- Английское слово: playmaker
- Тип адаптации: транскрипция, фонологическая и морфологическая адаптации
- Значение: игрок спортивной команды, отличающийся особой результативностью, являющийся лидером; распасовщик, разыгрывающий

16. ВАР (видеопомощники судьи) / VAR

- Английское слово: VAR (video assistant referee)
- Тип адаптации: калькирование, аббревиатуры написаны как латинскими буквами, так и буквами кириллицы
- Значение: технология в футболе, позволяющая главному арбитру принимать решения с помощью видеоповторов

17. рефери

- Английское слово: referee
- Тип адаптации: транскрипция, фонологическая адаптация, несклоняемое существительное / морфологическая адаптация на нулевом уровне
- Значение: судья в спортивных состязаниях

18. кроссбар-челлендж

- Английское слово: crossbar challenge
- Тип адаптации: комбинация транслитерации и транскрипции, используются буквы латинского алфавита
- Значение: игра, целью которой является ударить мячом в перекладину как можно больше раз

19. трансфер

- Английское слово: transfer
- Тип адаптации: семантическая адаптация, русское слово получает новое, дополнительное значение
- Значение: переход спортсмена из одного клуба в другой на основе контракта

20. офсайд

- Английское слово: offside
- Тип адаптации: транскрипция, фонологическая адаптация, сдвиг ударения на следующий слог, морфологическая адаптация
- Значение: нарушение правил, при котором игрок атакующей команды находится ближе к воротам команды соперника до передачи ему мяча, чем игроки защищающейся команды

21. гейм

- Английское слово: game
- Тип адаптации: транскрипция, фонологическая и морфологическая адаптации
- Значение: часть партии в некоторых играх, устанавливаемая по определённому количеству очков

22. сет

- Английское слово: set
- Тип адаптации: транслитерация, фонологическая и морфологическая адаптации
- Значение: одна теннисная партия

23. матч

- Английское слово: match
- Тип адаптации: транскрипция и транслитерация, фонологическая и морфологическая адаптации
- Значение: состязание в каком-либо виде спорта между двумя противниками или двумя командами

24. брейк-пойнт

- Английское слово: break point

- Тип адаптации: транскрипция, фонологическая и морфологическая адаптации
- Значение: ситуация равного счета в теннисном сете, когда противники играют до определения победителя

25. эйс

- Английское слово: ace
- Тип адаптации: транскрипция, фонологическая и морфологическая адаптации
- Значение: в волейболе и некоторых других спортивных играх: очко, засчитываемое игроку при такой его подаче мяча, которую не могут отразить игроки противоборствующей команды

26. корт

- Английское слово: court
- Тип адаптации: транскрипция, фонологическая и морфологическая адаптации, слово *корт*, заимствованное из английского языка, имеет происхождение в старофранцузском и латинском языках
- Значение: площадка для игры в теннис

27. ре́йтинг

- Английское слово: rating
- Тип адаптации: транскрипция, фонологическая и морфологическая адаптации
- Значение: числовой показатель оценки силы игрока в классификационном списке (рейтинг-листе)

28. матчбóл

- Английское слово: match ball
- Тип адаптации: транскрипция, фонологическая и морфологическая адаптации
- Значение: в теннисе, волейболе и некоторых др. спортивных играх: очко, разыгрываемое в финальной части матча, которое может решить исход этого матча; то же, что матчпойнт

29. паркéт

- Английское слово: parquet
- Тип адаптации: семантическая адаптация, уже существующее русское слово, заимствованное из французского языка, приобретает новое, дополнительное значение
- Значение: место, где проводятся соревнования

30. дубль

- Английское слово: double

- Тип адаптации: семантическая адаптация, заимствованное из французского языка слово получает новое, дополнительное значение
- Значение: запасной состав команды, служащий резервом для основной команды; одновременная победа в двух видах соревнования; два гола забитые одним игроком в одном матче

31. áксель

- Английское слово: axel
- Тип адаптации: транскрипция, фонологическая и морфологическая адаптации
- Значение: в фигурном катании – прыжок в полтора оборота при движении

32. фристáйл

- Английское слово: freestyle
- Тип адаптации: транскрипция, фонологическая и морфологическая адаптации
- Значение: вид горнолыжного спорта, сочетающий в себе скоростной спуск на лыжах с элементами акробатики или балета

33. рéслинг

- Английское слово: wrestling
- Тип адаптации: транскрипция, фонологическая и морфологическая адаптации
- Значение: разновидность профессиональной борьбы, использующей приёмы вольной классической борьбы и дзюдо

34. нокáут

- Английское слово: knockout
- Тип адаптации: транскрипция, фонологическая и морфологическая адаптации
- Значение: положение в боксе, когда сбитый ударом соперник в течение десяти секунд не может встать для продолжения боя и считается побеждённым

35. э́кс-игро́к

- Английское слово: former football player
- Тип адаптации: калька; сочетание приставки экс, которая является транскрипцией английского *ex* в значении бывший, и русского слова *игрок*
- Значение: бывший игрок

36. плей-óфф

- Английское слово: play-off
- Тип адаптации: транскрипция, несклоняемое существительное / нулевое склонение, мужской род

- Значение: этап спортивных соревнований, на котором участники выбывают после первого проигрыша

37. фэйр-плэй

- Английское слово: fair play
- Тип адаптации: транскрипция, несклоняемое существительное, женский род
- Значение: честная, соответствующая правилам игра, корректное поведение во время соревнований

38. тайм-аут

- Английское слово: time-out / timeout
- Тип адаптации: транскрипция, фонологическая и морфологическая адаптации
- Значение: перерыв в спортивной игре, матче

39. раунд

- Английское слово: round
- Тип адаптации: транскрипция, фонологическая и морфологическая адаптации
- Значение: одна из составляющих бой схваток определённой продолжительности

40. овертайм

- Английское слово: overtime
- Тип адаптации: транскрипция, фонологическая и морфологическая адаптации
- Значение: в: в хоккее, футболе – добавочное время, назначаемое после основного времени игры в случае, если необходимо выявить команду-победительницу

41. аут

- Английское слово: out
- Тип адаптации: транскрипция, фонологическая и морфологическая адаптации
- Значение: перелёт мяча или шайбы за черту игрового поля или площадки; пространство за такой чертой

42. камбэк

- Английское слово: comeback
- Тип адаптации: транскрипция, фонологическая и морфологическая адаптации
- Значение: ситуация, при которой одна из команд отыгрывает разницу в два и более голов

43. полуфинал

- Английское слово: semifinals
- Тип адаптации: калька и морфологическая адаптация: множественное > единственное число

- Значение: заключительная часть спортивных соревнований, выявляющая победителя

44. фíниш

- Английское слово: finish
- Тип адаптации: транскрипция, фонологическая адаптация – палатализация /ф/, морфологическая адаптация
- Значение: заключительная часть спортивного состязания на время

45. вице-чемпиóн

- Английское слово: vice-champion
- Тип адаптации: транскрипция, фонологическая и морфологическая адаптации
- Значение: спортсмен или спортивная команда, занявшие в состязаниях второе место

46. драфт

- Английское слово: draft
- Тип адаптации: транслитерация, фонологическая и морфологическая адаптации
- Значение: отбор новых игроков в спортивную команду

47. до́пинг

- Английское слово: doping
- Тип адаптации: транслитерация, фонологическая и морфологическая адаптации
- Значение: средство, искусственно возбуждающее организм на непродолжительное время

48. уáйлд-кáрд

- Английское слово: wild card
- Тип адаптации: транскрипция, фонологическая и морфологическая адаптации, несклоняемое существительное / нулевая парадигма, женский род
- Значение: дополнительная возможность претендовать на участие в чемпионате

49. оппонéнт

- Английское слово: opponent
- Тип адаптации: транслитерация, фонологическая и морфологическая адаптации
- Значение: человек, с которым кто-то соревнуется на спортивном мероприятии

50. фол

- Английское слово: foul
- Тип адаптации: транскрипция, фонологическая и морфологическая адаптации
- Значение: нарушение правил игры

Итак, в процессе заимствования английских слов-спортивных терминов используются транскрипция, транслитерация и калькирование. Слова адаптируются фонологически, морфологически и семантически, при чем можно заметить написание слова в соответствии с фонологическими характеристиками русского языка, сдвиг ударения на следующий слог, склонение по правилам русского языка и расширение значения слова.

5.4.2 Метафорические выражения

1. «Барселона» на своём поле разгромила «Хетафе»

Глагол *разгромить* является переходным глаголом в значении разорить, опустошить, разрушить, разбивать, уничтожать. Употреблением глагола подчеркивается хорошая игра одной, и большой проигрыш другой команд-противника в войне. Кроме того, существительное поле здесь обозначает площадку, футбольное поле, где проходит футбольная игра.

2. хозяева разнесли соперника

В разговорном стиле глагол *разнести* имеет значение нанести поражение, разбить, уничтожить. Снова подчеркивается превосходство одной команды над другой, а существительные хозяева и соперники в контексте спорта можно связать с оппозицией свой – чужой, так как существительное хозяева употребляется для спортивной команды, выступающей в своём родном населённом пункте.

3. Битва во Франкфурте собрала 44 189 зрителей

В данном случае спортивная игра, точнее гандбольный матч дословно называется битвой, существительным обозначающим сражение, бой.

4. Норвежцы не сумели заставить Лесяка капитулировать

Глагол *капитулировать* является частью военной лексики и имеет значение сдаться – сдаваться победителю на им предъявленных условиях, и этим прекратить военные действия. В конкретном примере, глагол употребляется в спортивном контексте, чтобы описать игру голкипера Лесяка⁶, который отразил 43 процента бросков.

5. Хорватский блицкриг

⁶ Урбан Лесяк – словенский гандболист, вратарь РК "Тримо Требнье" и национальной сборной Словении. <https://www.ihf.info/competitions/men/308/28th-ihf-mens-world-championship-2023-polandsweden/101253/players/22905> (16.07.2024).

Хорватский блицкриг является изобразительным заголовком отрывка с коротким описанием матча. Блицкриг является военным термином, пришедшим из немецкого языка (нем. *Blitzkrieg*), и в переводе на русский язык значит молниеносная война. В контексте спорта, конкретно описывая гандбольный матч, блицкриг обозначает достижение лидерства команды 5:1 во всего четыре минуты.

6. 4-4-2 в обороне и 2-4-4 в атаке

Оборона и атака кроме действий войны, обозначают и действия спортсменов, старавшихся не дать сопернику возможность преимущества, а победить. В данном случае оборона и атака употреблены на примере расстановок.

7. соперники бились только за олимпийскую квалификацию

Глагол *биться* имеет значение сражаться, драться, а если кто-то является соперником, то всегда присутствует стремление превзойти, победить соперника в чем-либо. В данном примере употребляется глагол *биться*, чтобы указать на приложенные силы и труд команды, с целью квалифицироваться на Олимпийские игры.

8. Португалец и вовсе разорвал оборону соперника

В контексте войны глагол *разорвать* имеет значение образовать прорыв в чём-либо, и в результате переноса значения глагол стал частью спортивной лексики. Таким способом охарактеризована хорошая игра португальского футболиста, играющего на позиции нападающего, вследствие его скорости, дриблинга и умения завершать атаки.

9. завоевала медаль

Данное словосочетание снова является примером употребления военной терминологии в языке спорта. В переносном значении глагол *завоевать* обладает значением добиться чего-либо путем борьбы или труда, а прямое значение употребляется в военной терминологии и значит приобрести, покорить вооруженной силой.

10. взяла серебро в борьбе с мировыми лидерами

В приведенном примере спортивная игра снова сравнивается с борьбой, а у словосочетания *мировые лидеры* политическая коннотация. Выражение *взять серебро* употребляется в значении занять второе место, так как за второе место на соревнованиях награждают серебряной медалью.

11. команда не перестаёт биться

Биться в данном случае значит трудиться через меру и прилагать все силы, чтобы добиться победы. Глагол *биться* имеет значение сражаться, драться и поэтому способствует лучшей выразительности.

12. Фил Фоден⁷ в огне (4+4 за семь матчей в чемпионате, дубль в Кубке Англии, гол «Флуминенсе» в финале клубного ЧМ)

Выражение *в огне* является переводом английской идиомы *on fire*, что значит играть, делать что-либо очень хорошо. Таким образом охарактеризован английский футболист, забивший много голов в последних нескольких матчах.

13. не заметившая потери бойца «Бавария»⁸

Боец обозначает участника боя, солдата, а в данном примере словосочетание потеря *бойца* относится к футболисту Баварии, получившему красную карточку. Употребление военной метафоры можно объяснить большей экспрессивностью в описании труда и желания победить другую команду.

14. Зорин⁹, который как раз вернулся из аренды

Слово *аренда* на основе переноса значения употребляется в спортивной коммуникации. В то время как в русском литературном языке *аренда* относится к недвижимому имуществу, в спорте относится к игроку и обозначает переход игрока из одного клуба в другой на обусловленное время.

15. мадридцы¹⁰ играючи расправились с сенсацией Ла Лиги¹¹, нокаутировав «Жирону»¹² 4:0

В данном случае, термин бокса *нокаутировать* используется, чтобы более выразительно описать преимущество футбольной команды «Реала» и большой проигрыш команды «Жироны». С такой же целью употребляется и глагол *расправиться*, имеющий значение учинить расправу над кем-, чем-либо, покончить с кем-, чем-либо.

⁷ Фил Фоден – английский футболист, полузащитник клуба «Манчестер Сити» <https://www.transfermarkt.com/phil-foden/profil/spieler/406635> (16. 07. 2024).

⁸ Бавария (нем. *FC Bayern München*) – немецкий футбольный клуб из города Мюнхен основан в 1990 году, выделяется многими национальными и международными достижениями. <https://www.sports.ru/football/club/bayern/>; <https://fcbayern.com/en> (16. 07. 2024).

⁹ Даниил Зорин – русский футболист, полузащитник клуба «Спартак». <https://www.sports.ru/football/person/daniil-zorin/> (16.07.2024).

¹⁰ Футболисты титулованного испанского клуба «Реал Мадрид» (исп. *Real Madrid Club de Fútbol*). <https://www.sports.ru/football/club/real/>; <https://www.transfermarkt.com/real-madrid/datenfakten/verein/418> (16.07.2024).

¹¹ Ла Лига: Чемпионат Испании по футболу – высшая футбольная лига Испании. <https://www.sports.ru/football/tournament/la-liga/>; <https://www.laliga.com/en-HR> (16. 07. 2024).

¹² Жирона – испанский футбольный клуб. <https://www.sports.ru/football/club/girona/> (16. 07. 2024).

16. «Реал» склоняется к продаже Ферлана¹³

Кроме аренды, когда речь идет о трансфере, в языке спорта говорить о покупке и продаже игроков, и употребляются глаголы покупать и продать, то есть при переходе из одного клуба в другой игроки, на основе контракта, покупаются и продаются клубами.

17. «Львы¹⁴» разорвали ещё одного лидера Суперлиги¹⁵

Разорвать является глаголом со значением уничтожить, прекратить действие и в данном случае употребляется в описании превосходства, то есть хорошей игры в волейбол и победы соперника.

18. талант, который уже покоряет лигу

Глагол *покорять* имеет значение насильственно подчинить своей власти; завоевать, а в приведенном примере употребляется, чтобы подчеркнуть и указать на большой талант молодого баскетболиста.

19. ЦСКА¹⁶ легко раскатал клуб Первой лиги¹⁷

В данном случае глагол *раскатить*, со значением сильно разбить, использован для описания большого преимущества и легкой победы ЦСКА, а также с целью подчеркнуть пассивность команды соперника.

20. «Тампу¹⁸» уничтожили в дерби штата

Глагол *уничтожить* обозначает разрушение кого-, что-либо, прекращение существования кого- или чего-либо. Также, как и глаголы разгромить, разнести, разорвать, *раскатать*, более выразительно указывает на отличную игру и победу команды. Кроме того, несклоняемое существительное *дерби* обозначает матчи наиболее непримиримых соперников.

В большинстве анализированных выражений можно заметить использование военной лексики, как *битва*, *капитулировать*, *блицкриг*, *боец*, *биться*, *завоевать*, *атака*,

¹³ Ферлан Менди – футболист, защитник клуба «Реал Мадрид» <https://www.transfermarkt.com/ferland-mendy/profil/spieler/291417> (16. 07. 2024).

¹⁴ Волейболисты ВК Белогорье <https://belogorievolley.ru/> (16.07.2024).

¹⁵ Чемпионат России по волейболу <https://stavmatic.com/volleyball/leagues/rossiya-superliga/> (16.07.2024).

¹⁶ Российский футбольный клуб из Москвы <https://www.sports.ru/football/club/cska/> (16.07.2024).

¹⁷ Первая лига России по футболу (ФНЛ), последним победителем является футбольный клуб Химки. <https://www.sports.ru/football/tournament/1liga/table/> (16.07.2024).

¹⁸ Тампа-Бэй Лайтнинг – хоккейный клуб США <https://www.sports.ru/hockey/club/tampa-bay-lightning/> (16.07.2024).

оборона, покорять, разнести, разгромить, разорвать, уничтожить. Связь выражений с метафорой войны отражает способ понимания спортивной игры в контексте войны.

5.4.3 Выводы

В спортивной коммуникации используется достаточно много новых, заимствованных слов и метафор. Метафоры употребляются как с целью большей выразительности, так и чтобы назвать новое понятие или явление в спорте. Метафоры в спорте относятся к разным видам человеческой деятельности, а на спортивных порталах встречается также большое количество метафор, связанных с войной, чем подтверждается существование метафорического понятия *спорт – это война*.

Проанализированные нами понятия (слова-спортивные термины) в большинстве случаев являются заимствованиями из английского языка. Значительная часть понятий, точнее 31, в русский язык вошло путем транскрипции, 8 уже существующих понятий, являющихся по происхождению галлицизмами и англицизмами, получило дополнительное значение, 6 понятий заимствовано путем транслитерации, 3 заимствованных понятия являются кальками, а в процессе адаптации 2 понятий использована комбинация транскрипции и транслитерации. Понятия в основном адаптированы на морфологическом уровне полностью, а 5, условно сказано, несклоняемых существительных, адаптировано на нулевом уровне, то есть они склоняются по нулевой парадигме.

В анализе выделены и рассмотрены лишь некоторые примеры употребления новой лексики и метафоры в описании спортивных событий, поскольку их действительно много. При чтении спортивных статей можно было заметить возникновение новой лексики на основе заимствованного слова, например, *дриблинг – дриблинговать, дриблер, дриблинговый*. Кроме того, заметно и различное написание аббревиатур в русском языке – одни аббревиатуры написаны латинскими буквами, как например, *АТР, WTA и UFC*, а другие кириллическими, к примеру, *НБА, ФИФА, НХЛ, ЛЧ и ЧМ*. Стоит отметить, что некоторые синонимичные термины употребляются одновременно, иногда даже в рамках одной статьи, например, *голкипер* и *вратарь*, *соперник* и *оппонент*, *ВАР* и *VAR*.

6 Заключение

В каждой эпохе возникают новые понятия и слова для них, что объясняется технологическим, научным и другими видами развития общества. У новых понятий различная судьба в языке – в то время как одни закрепляются и становятся частью активной лексики, другие забываются и исчезают из активного словарного запаса. Новые слова могут образоваться по продуктивным моделям внутри одного языка или могут войти в язык путем заимствования, при чем слова, вошедшие в русский язык, адаптируются по-разному: на орфографическом, фонологическом, морфологическом и семантическом уровнях. Одним из способов образования неологизмов и семантической адаптации является метафора. С помощью метафоры человек воспринимает и понимает окружающий его мир. Метафора является и тропом, и средством расширения значения, и когнитивным механизмом. В случае, когда одно понятие на основе сходства упорядочивается и понимается в контексте другого, образуются концептуальные метафоры или метафорические понятия. Например, спортивная игра и действия спортсменов связываются с понятиями и действиями войны, и по аналогии с примерами метафорических понятий следует, что метафорическим понятием является и *спорт – это война*. Неологизмы и метафоры характерны для определенных функциональных стилей и являются значительной частью спортивной коммуникации и спортивного дискурса. Присутствие неологизмов в языке спорта можно объяснить быстрыми переменами в спорте, изменением правил или появлением новых видов спорта. Использование метафоры способствует выразительности и эмоциональности спортивного комментатора, и воздействию на болельщиков. Язык спорта, благодаря популярности спорта и простоте спортивной лексики, проникает в различные сферы общения и становится частью повседневной коммуникации.

В заключение можно сказать, что неологизмы и метафоры являются важной частью спортивного дискурса, который быстро развивается. Анализированные в работе новые спортивные понятия и метафорические выражения доказывают проникновение большого количества новой лексики в русский язык. Спортивная лексика быстро развивается, а новые лексические единицы заимствуются, прежде всего, из английского языка. Новые понятия и выражения входят в язык путем транскрипции, транслитерации, калькирования, а также метафорой и расширением значения уже известного русского слова. Метафоры, в данном случае, являются как способом образования неологизмов, так и средством выразительности. В спортивном дискурсе используются метафоры

разных видов деятельности, в том числе и военные метафоры, которые свидетельствуют о способе восприятия спорта человеком.

7 Список источников и литературы

Аветян А. А. (2018) *К вопросу о типологии дискурса: особенности спортивного дискурса*, в: Вестник Псковского государственного университета. Серия: Социально-гуманитарные науки, (8), 116-119. <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-tipologii-diskursa-osobennosti-sportivnogo-diskursa> (20. 06. 2024).

Андриенко В. П., Шеф Е. Ю. (2017) *Трудности перевода неологизмов*, в: Научный журнал, (4 (17)), 86-88. <https://cyberleninka.ru/article/n/trudnosti-perevoda-neologizmov> (20. 06. 2024).

Аристотель (1927) *Поэтика*. Ленинград: Academia. https://imwerden.de/pdf/aristotel_poetika_academia_1927_ocr.pdf (20. 06. 2024).

Бахчоян А. М. (2017) *Функции метафоры в разных типах дискурса*, в: Инновационная наука, (4-3), 158-160. <https://cyberleninka.ru/article/n/funksii-metafory-v-raznyh-tipah-diskursa> (20. 06. 2024).

Бородулина Н. Ю., & Макеева М. Н. (2016) *О новых значениях у старых слов*, в: Филологические науки. Вопросы теории и практики, (3-2 (57)), 50-54. <https://cyberleninka.ru/article/n/o-novyh-znacheniyah-u-staryh-slov> (20. 06. 2024).

Булавина Н. В. (2012) *Понятие «Новое слово» в современной лингвистике*, в: Вестник Костромского государственного университета, 18 (5), 61-62. <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-novoe-slovo-v-sovremennoy-lingvistike> (05.02.2024).

Воронцова Ю. А. (2016) *Неология и неологизмы*, в: Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук, (2-1), 111-114. <https://cyberleninka.ru/article/n/neologiya-i-neologizmy> (20. 06. 2024).

Гавра Д. П., Быкова Е. В. (2023) *Военная метафора как репрезентация спортивного инцидента в медиадискурсе*, в: Верхневолжский филологический вестник, (2 (33)), 59-64. <https://cyberleninka.ru/article/n/voennaya-metafora-kak-reprezentatsiya-sportivnogo-intsidenta-v-mediadiskurse> (20. 06. 2024).

Глазко Г., Рацкевич А. (2024) *Биография Камилы Валиевой: жизнь и карьера талантливой фигуристки*, в: Спорт-Экспресс, сетевое издание. <https://www.sport-express.ru/figure-skating/reviews/biografiya-kamily-valievoy-zhizn-i-sportivnaya-karera-rossiyskoy-figuristki-1889344/> (16.07.2024).

Голуб И. Б. (2001) *Стилистика русского языка*. Москва: Айрис-Пресс. https://vk.com/doc167155602_451542616?hash=HzsQCDpDd41QP0E75ARlmBsHXBIE8IK38108fm15jAP (20. 06. 2024).

Гриценко А. Н. (2015b) *Функциональные типы метафор в спортивном русскоязычном и англоязычном дискурсе*, в: Русистика, (4), 154-160. <https://cyberleninka.ru/article/n/funksionalnye-tipy-metafor-v-sportivnom-russkoyazychnom-i-angloyazychnom-diskurse> (20. 06. 2024).

Гриценко А. Н. (2015а) *Метафоры в спортивных СМИ, описывающие мир баскетбола*. Вестник Российского университета дружбы народов, в: Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика, (4), 9-15. <https://cyberleninka.ru/article/n/metafory-v-sportivnyh-smi-opisyvayuschie-mir-basketbola> (20. 06. 2024).

Евтюгина А. А. (2018) *Функциональная стилистика: учебное пособие*. Екатеринбург: РГППУ. https://elar.rsvpu.ru/bitstream/123456789/25983/1/978-5-8050-0651-8_2018.pdf (20.06.2024).

Журавлев П. Ю. (2021) *Методическая разработка «Футбольные термины и понятия»*. <http://dod-piligrim.ru/wp-content/uploads/Futbolnye-terminy-i-ponyatiya.pdf> (20. 06. 2024).

Иванова Е. В., Харасова Э. В. (2022) *Методические решения по переводу спортивной терминологии с английского языка на русский*. Вестник Башкирского государственного педагогического университета им. М. Акмуллы, (1-2 (62)), 39-41. <https://cyberleninka.ru/article/n/metodicheskie-resheniya-po-perevodu-sportivnoy-terminologii-s-angliyskogo-yazyka-na-russkiy> (20. 06. 2024).

Исаева Н. В. (2008) *Развитие объема понятия «новое слово» в истории русского языка*, в: Известия Московского государственного технического университета МАМИ, (1), 287-290. <https://cyberleninka.ru/article/n/development-of-the-concept-of-new-word-in-the-history-of-russian-language> (20. 06. 2024).

Кальнова О. И. (2018) *Новые слова в русском языке и их изучение в вузе*, в: Поволжский педагогический вестник, 6 (4 (21)), 46-51. <https://cyberleninka.ru/article/n/novye-slova-v-russkom-yazyke-i-ih-izuchenie-v-vuze> (20. 06. 2024).

Карева О.М. (2016) *О некоторых особенностях неологизации русского языка на современном этапе развития*, в: Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология, (3.2), 39-43. <https://cyberleninka.ru/article/n/o-nekotoryh-osobennostyah-neologizatsii-russkogo-yazyka-na-sovremennom-etape-razvitiya> (20. 06. 2024).

Климас И. С., Машуш А. А. (2012) *Развитие полисемии и омонимии в современном русском языке (на материале новейшей спортивной лексики)*, в: Ученые записки. Электронный научный журнал Курского государственного университета, (3-2 (23)), 168-172. <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-polisemii-i-omonimii-v-sovremennom-russkom-yazyke-na-materiale-noveyshey-sportivnoy-leksiki> (20. 06. 2024).

Кондрахина Н. Г., Южакова Н. Е. (2019) *Взаимосвязь метафоры и языковой картины мира*, в: Образование и право, (9), 213-218. <https://cyberleninka.ru/article/n/vzaimosvyaz-metafory-i-yazykovoy-kartiny-mira> (20. 06. 2024).

Кошкарлова Н. Н. (2016) *Новообразования русского языка как когнитивно-дискурсивный феномен*, в: Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Лингвистика, 13 (4), 40-45. <https://cyberleninka.ru/article/n/novoobrazovaniya-russkogo-yazyka-kak-kognitivno-diskursivnyy-fenomen> (20. 06. 2024).

Кучугова К. А. (2019) *Лексические особенности современного медиатекста спортивной журналистики*, в: Медиасреда, (2), 31-35. <https://cyberleninka.ru/article/n/leksicheskie-osobennosti-sovremennogo-mediateksta-sportivnoy-zhurnalistiki> (20. 06. 2024).

Лакофф Дж., Джонсон М. (1990) *Метафоры, которыми мы живем*, в: Теория метафоры. Москва: Прогресс. 387-415. https://vk.com/doc319744859_518358113?hash=y5tjGbulqfCBCS5tN8YFi163lxckfFQFuuQg5wyeSYP (20. 06. 2024).

Лебедев П. П. (2014) *Заимствованная лексика в речи спортивных журналистов (на материале канала «Россия-2»)*, в: Вестник РГГУ. Серия: Литературоведение. Языкознание. Культурология, (12 (134)), 215-220. <https://cyberleninka.ru/article/n/zaimstvovannaya-leksika-v-rechi-sportivnyh-zhurnalistov-na-materiale-kanala-rossiya-2-1> (20. 06. 2024).

Лебедева О. Г. (2011) *Способы перевода неологизмов*, в: Lingua mobilis, (5 (31)), 118-122. <https://cyberleninka.ru/article/n/sposoby-perevoda-neologizmov> (20. 06. 2024).

Линь Е. (2020). *Интерлингвистическая функция неологизмов*, в: Неофилология, 6 (24), 730-736. <https://cyberleninka.ru/article/n/interlingvisticheskaya-funktsiya-neologizmov> (20. 06. 2024).

Лонская А. Ю., Бурская Е. А., Карпухина Н. М., Панова Л. В. (2023) *Лексические средства создания образа олимпийских игр 2022 г. в Пекине в российских новых медиа*, в: Теория и практика физической культуры, (1), 84-86. <https://cyberleninka.ru/article/n/leksicheskie-sredstva-sozdaniya-obraza-olimpiyskih-igr-2022-g-v-pekine-v-rossiyskih-novyh-media> (20. 06. 2024).

Минина Е. И. (2018) *Стратификационная модель языка спортивной коммуникации*, в: Челябинский гуманитарий, (3 (44)), 24-29. <https://cyberleninka.ru/article/n/stratifikatsionnaya-model-yazyka-sportivnoy-kommunikatsii> (20. 06. 2024).

Мольков Г. А. (2019) *История составления «Лексикона вокабулам новым по алфавиту» Ф. Поликарпова*. <https://iling.spb.ru/sites/default/files/2022-10/Molkov%20G.A.%20Istoriya%20sostavleniya.pdf> (03. 07. 2024).

Мурадова Г., Атаев М. (2023) *Процесс появления новых слов как научный аспект*, в: Мировая наука, (1 (70)), 210-213. <https://cyberleninka.ru/article/n/protsess-poyavleniya-novyh-slov-kak-nauchnyy-aspekt> (20. 06. 2024).

Пасева А. Д. (2016) *Неологизмы, их типы и пути формирования в современном русском языке*, в: Таврический научный обозреватель, (1-3 (6)), 213-215. <https://cyberleninka.ru/article/n/neologizmy-ih-tipy-i-puti-formirovaniya-v-sovremennom-russkom-yazyke> (20. 06. 2024).

Пасечная Л. А., Попова Т. В. (2005) *К проблеме дефиниции нового слова в современной лингвистике*, в: Вестник Оренбургского государственного университета, (11), 167-171.

<https://cyberleninka.ru/article/n/k-probleme-definititsii-novogo-slova-v-sovremennoy-lingvistike> (20. 06. 2024).

Русская разговорная речь. (1973) Отв. ред. Е. А. Земская. Москва: Наука.

Санатина М. В. (2015) *Функции метафор в реализации профессиональной языковой личности футбольного комментатора (на материале русского языка)*, в: Вестник Челябинского государственного университета, (15 (370)), 82-87. <https://cyberleninka.ru/article/n/funktsii-metafor-v-realizatsii-professionalnoy-yazykovoy-lichnosti-futbolnogo-kommentatora-na-materiale-russkogo-yazyka> (20. 06. 2024).

Смирнова С. А. (2021) «Словарь детских словообразовательных инноваций» С. Н. Цейтлин как лексикографический информационный ресурс, в: Филологические науки. Вопросы теории и практики, 14 (5), 1497-1502. <https://cyberleninka.ru/article/n/slovar-detskih-slovoobrazovatelnyh-innovatsiy-s-n-tseytlin-kak-leksikograficheskiy-informatsionnyy-resurs> (20. 06. 2024).

Соловьёва А. Д. (2010) *Новые значения слов в современных СМИ*, в: Знак: проблемное поле медиаобразования, (1 (5)), 38-40. <https://cyberleninka.ru/article/n/novye-znacheniya-slov-v-sovremennyh-smi> (20. 06. 2024).

Федоров А. И. (1969) *Семантическая основа образных средств языка*. Новосибирск: Наука. 22-45.

Федотова Н. В. (2018) *Специфика употребления военной метафоры в спортивном дискурсе*. Филологические науки, в: Вопросы теории и практики, (2-2 (80)), 378-383. <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-upotrebleniya-voennoy-metafory-v-sportivnom-diskurse> (20. 06. 2024).

Филиппова Н. Б. (2011) *Спортивная метафора как сублимация военной метафоры (на материале политической коммуникации)*. Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена, (130). <https://cyberleninka.ru/article/n/sportivnaya-metafora-kak-sublimateziya-voennoy-metafory-na-materiale-politicheskoy-kommunikatsii> (20. 06. 2024).

Флоря А. В. (2011) *Русская стилистика: курс лекции*. Орск: Орский гуманитарно-технологический институт. <https://studylib.ru/doc/6512118/florya-a.v.-russkaya-stilistika> (20. 06. 2024).

Чуйкина Е. А. (2008) *Освоение нового слова: саморефлексия говорящего субъекта*, в: Сибирский филологический журнал, (4), 205-209. <https://cyberleninka.ru/article/n/osvoenie-novogo-slova-samorefleksiya-govoryaschego-subekta> (20. 06. 2024).

Чэлич Ж. (2006) *Морфологическая адаптация англицизмов в русской рекламе*, в: Проблемы семантики языковых единиц в контексте культуры. Лингвистический и лингвометодический аспекты. 512-515. Москва-Кострома.

Чэлич Ж. (2009) *О некоторых новых тенденциях в словообразовании русского языка*, в: Новые направления в изучении лексикологии, словообразования и грамматики начала XXI века. Материалы международного симпозиума 4–5 мая 2009 года. Поволжская государственная социально-гуманитарная академия. 104-107. Самара.

Шарикова Ф. Н., Терпелец Ж. А., Осадчая В. П. (2022) *Особенности перевода спортивной терминологии зимних видов спорта с английского языка на русский язык*, в: Физическая культура, спорт – наука и практика, (3), 91-96. <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-perevoda-sportivnoy-terminologii-zimnih-vidov-sporta-s-angliyskogo-yazyka-na-russkiy-yazyk> (20. 06. 2024).

Шеожева Б. А., Сокур Е. А. (2016) *Особенности развития корпуса экзотической лексики в современном русском языке*, в: Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение, (4 (2016)), 141-147. <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-razvitiya-korpusa-ekzoticheskoy-leksiki-v-sovremennom-russkom-yazyke> (20. 06. 2024).

Якобсон Р. (1990) *Два аспекта языка и два типа афатических нарушений*, в: *Теория метафоры*. Москва: Прогресс. https://vk.com/doc319744859_518358113?hash=y5tjGbulqfCBCS5tN8YFi163lxckfFQFuuQg5wyeSYP (20. 06. 2024).

Hesse, J. (2022) *Metaphern und Ähnlichkeit. U: Metapher, Kontext und Kognition: Metaphern zwischen Indexikalität und Ähnlichkeit*. Berlin; Boston: De Gruyter. 9-21.

Mueller-Reichau, O. (2022) *Neue Wörter. U: Russische Grammatik und Lexikologie: Die Corona-Seminare*. Berlin: Frank & Timme. 145-171.

Muhvić-Dimanovski, V. (2005) *Neologizmi: problemi teorije i primjene*. Zagreb: Filozofski fakultet, Zavod za lingvistiku.

Raffaelli, I. (2015) *Metafora i metonimija. U: O značenju: uvod u semantiku*. Zagreb: Matica hrvatska. 170-182.

Sinitsyna, N. (2018) *Neologismen im Deutschen und im Russischen an der Schwelle zum 21. Jahrhundert. U: Funktionale Grammatik und Sprachvergleich*. Berlin: Erich Schmidt Verlag. 117-127.

Solar, M. (2005) *Stilistika. U: Teorija književnosti*. Zagreb: Školska knjiga. 67-95.

Weststeijn, W. G. (1995) *Metafora: teorija, analiza i interpretacija. U: Tropi i figure* (ur. Živa Benčić i Dunja Fališevac). Zagreb: Zavod za znanost o književnosti Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu. 113-144.

Источники

Cambridge dictionary. <https://dictionary.cambridge.org/> (03. 07. 2024).

Der deutsche Wortschatz von 1600 bis heute. *Neologismus*.
<https://www.dwds.de/wb/Neologismus?o=neologismus> (03. 07. 2024).

Dictionnaire de français Larousse. *néologisme*.
<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/n%C3%A9ologisme/54201> (03. 07. 2024).

Online etymology dictionary. <https://www.etymonline.com/> (03. 07. 2024).

Грамота <https://gramota.ru/>

Карта слов и выражений русского языка <https://kartaslov.ru/>

Словари и энциклопедии на Академике <https://academic.ru/>

Новости спорта России, Европы и Мира <https://www.sports.ru/news/>

Спорт-экспресс <https://www.sport-express.ru/>

Чемпионат.com <https://www.championat.com/>

8 Sažetak

Potreba za imenovanjem novih predmeta i pojava uzrokovanih čovjekovim postignućima, prirodnim pojavama i raznim životnim okolnostima razlog su neprestanih promjena i pojave novih riječi u svakom, pa tako i u ruskome, jeziku. Nove riječi ili neologizmi mogu biti stvoreni unutar jezika ili mogu jezičnim posuđivanjem biti preuzeti iz nekog drugog jezika. U radu se opisuje pojava, klasifikacija i prilagodba novih riječi u ruskome jeziku. Budući da se nove riječi mogu stvarati i metaforom, dio rada posvećen je metafori kao stilskoj figuri, čimbeniku proširenja leksičke strukture i dijelu ljudskog konceptualnog sustava. Osim toga, rad sadržava pregled funkcionalnih stilova i njihovih karakteristika kako bi se s obzirom na stil prikazala učestalost upotrebe neologizama i metafora u ruskome jeziku. Dio rada posvećen je i sportskom diskursu te je provedena analiza 50 pojmova i 20 metaforičkih izraza koji su dio sportskog diskursa. Pojmovi i izrazi prikupljeni su sa ruskih sportskih portala te se analizom utvrđuje njihova prilagodba i značenje u ruskome jeziku.

9 Ključne riječi

neologizmi, metafora, funkcionalni stilovi, sportski diskurs, prilagodba, konceptualna metafora

Ключевые слова:

неологизмы, метафора, функциональные стили, спортивный дискурс, адаптация, метафорическое понятие

10 Kratki životopis

Silvija Muselinović rođena je 23. rujna 1998. godine u Zagrebu. U Velikoj Gorici završila je Osnovnu školu Nikole Hribara i Opću gimnaziju Velika Gorica. U 2018. godini upisuje dvopredmetni Preddiplomski studij ruskoga jezika i književnosti te informacijskih znanosti na Filozofskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu. Diplomski studij informacijskih znanosti (smjer Informatika – nastavnički) upisuje 2021. godine i završava u rujnu 2023. godine. Sudjeluje u CEEPUS programu i kao dobitnica stipendije za istraživačku mobilnost provodi ožujak 2024. godine na Institutu za slavistiku u Beču.