
МОВА МЕДІА

УДК 811.161.2; 373.612.2; 81'38

С. Ю. Жарко, О. В. Терханова

ВТОРИННА НОМІНАЦІЯ ЯК КОМПОНЕНТ ГАЗЕТНО-ЖУРНАЛЬНОЇ ПУБЛІЦИСТИКИ

Методологія дослідження. У ході дослідження застосовано методи лінгвістичного спостереження та описовий, пов'язаний із вивченням узуальної та okazіональної мотивації вторинної номінації. Спорадично використано метод компонентного аналізу, що надав змогу проникнути в «глибинну» семантику вторинної номінації та визначити її внутрішню форму.

Результати. Погляд на явище вторинної номінації (ВН) як конститuenta конкретної комунікативно-стильової системи – газетно-журнальної публіцистики (ГЖП) – спричинює виокремлення двох параметрів, за якими потрібно характеризувати ВН у цих текстових умовах: інформативності та оцінності. Цей принцип покладено в основу розрізнення безобразних (власне інформативних) та образних (оцінних) комунікативних структур ВН.

Перший тип ВН у ГЖП представлений функціями повнозначних лексичних одиниць та їх сполучень. Явище газетно-журнальної універсалізації тісно пов'язане зі стандартизацією вислову й досягненням експресивного ефекту текстових одиниць. Ідеться про дериваційне словосполучення (В. М. Нікітєвич, О. С. Снітко). У результаті злиття словесних компонентів сполучується складена назва, де стрижневий іменник позначає субстанційну характеристику явища, його інтегральну ознаку, залежний – його диференційну ознаку через віднесеність до іншої субстанції, а прикметник – невіддільну якість позначуваного. Нове найменування (результат ВН) засвідчує невідповідність предметної семантики слова як компонента складеної назви та поняттєвого змісту певного іменника як одиниці словника. Подальше стягнення словосполучення пов'язане з явищем абревіації.

Другий тип ВН у ГЖП представлений функціями образних (оцінних) комунікативних структур, номінаціями з емоційно-експресивним змістом, які завдяки набутим конотаціям увиразнюють соціалізований зміст висловлювань. У статті акцентовано увагу на таких формах образної ВН, як метафоричні й метонімічні вислови, перифрази, фразеологічні одиниці тощо. Наголошено на співвіднесеності тропеїчної структури зі словом чи словосполученням, актуалізації будь-якої якості, сторони об'єкта чи поняття, які описуються. В основі ВН другого типу лежить переносне вживання слова, осмислення денотата за допомогою асоційованих з ним якостей, властивостей, на які вказують інші номінації.

Новизна. У межах статті розглянуто стилістичні параметри вторинної номінації в газетному тексті. Важливість і потреба такого дослідження продиктовані активністю функціонування вторинної номінації в газетно-журнальній публіцистиці.

Практична значущість. Матеріали дослідження можуть бути використані в сучасній лінгводидактиці: для написання підручників і навчальних посібників з функціональної стилістики, лексикології, семасіології, створення спецкурсів з публіцистичного функціонального стилю на факультетах журналістики, а також у лексикографічній практиці.

Ключові слова: вторинна номінація, газетно-журнальна публіцистика, конотація, дериваційні сполуки.

I. Вступ

Серед продукованих і поширюваних у сучасному суспільстві текстів переважають публіцистичні, точніше тексти, створені засобами масової інформації. Вони виникають у відповідь на потреби та запити соціуму або як реакція на певні події й репрезентують певний функціонально-стильовий клас текстів, у межах якого газетно-журнальний різновид створюють з характерною комунікативною метою (надзавданням) – повідомлення, популяризація інформації, – що визначає внутрішню організацію його лінгвістичних властивостей [8]. Механізм мовної номінації, що є

основним завданням мови, – це постійний внутрішньомовний процес реагування на появу нових реалій дійсності. Він працює, передусім, на активний розвиток лексики як сукупності самодостатніх мовних одиниць, що позначають об'єкти довкілля.

Вивчення механізму мовної номінації пов'язане з потребою комплексного дослідження змісту цього явища, висвітлення комунікативної взаємодії ділянок системи і структури мови в семіологічному аспекті, зокрема осягнення особливостей та закономірностей процесів і результатів вторинної номінації (далі – ВН) об'єктів, подій (фактів, явищ) дійсності.

За своєю природою вторинна номінація співвіднесена з буттям людини як соціальної істоти. Вона може відображати ідеологічне життя тієї чи іншої епохи. Часто у ВН стикаються різні світогляди, картини світу, відбувається боротьба визначених соціальних тенденцій. Саме тому питання, пов'язані з ВН, набувають часом ідеологічного, філософського й політичного змісту. Не випадково проблема ВН стала об'єктом пильної уваги представників різних філологічних шкіл і напрямів, предметом постійного дослідницького інтересу фахівців із загального мовознавства, лексикології, стилістики.

У лексикологічних дослідженнях (Н. Д. Арутюнової, В. М. Вовк, В. Г. Гака, В. В. Жайворонка, А. Ф. Журавльова, Л. А. Лисиченко, В. М. Русанівського, О. С. Снітко, О. О. Тараненка, В. М. Телії та ін.) визначено, що процеси номінації широко охоплюють численні мовні явища, пов'язані з формальними та семантичними трансформаціями, що «номінація – процес повернення фактів позамовної дійсності до надбання системи та структури мови, до мовних значень, які відбивають у свідомості носіїв мови їх суспільний досвід» [14, с. 13].

Сьогодні в українському мовознавстві найбільше уваги приділено вивченню окремих форм ВН у художній мові: метафор (О. Б. Вовк, Т. А. Єщенко, А. П. Загнітко, Т. Є. Кіс, Л. О. Пустовіт, О. М. Тищенко та ін.), перифраз (О. А. Копусь, Н. М. Сологуб та ін.), оксиморонів (Н. М. Бобух), фразеологічних одиниць (В. С. Калашник), порівнянь (Л. В. Голоюх). У засобах масової інформації явища ВН знаходять комплексне, загальноописове висвітлення як стилетвірні компоненти тексту на матеріалі мови публіцистики 60–80-х рр. ХХ ст. (Г. М. Колесник, О. Д. Пономарів, Н. М. Сологуб) з урахуванням конструктивного принципу чергування в ній стандарту та експресії. Зокрема, на матеріалі мови газет 80-х – першої половини 90-х рр. ХХ ст. обстежено такі типи ВН, як фразеологізми (Ю. Ф. Прадід), перифрази (О. Г. Тодор), метонімічні перенесення (В. В. Зайцева) у структурі інформаційного тексту. Комунікативно-стильові умови побутування ВН потребують комплексного підходу.

У зв'язку із цим актуальність дослідження зумовлена потребою вивчення фактів ВН у комунікативно-стильовому аспекті й визначення стилістичних параметрів усіх типів ВН у газетно-журнальній публіцистиці.

II. Постановка завдання та методи дослідження

Мета статті зумовлена активністю функціонування вторинної номінації в газетно-журнальній публіцистиці та потребою дослідження об'єктивної денотативної основи ВН, а також моделей називання того самого об'єкта дійсності через вивчення механізмів мотивації способів ВН у сфері газетно-журнальної публіцистики. Об'єктом дослідження є сучасні тексти газетно-журнальної публіцистики. Предмет дослідження – явище вторинної номінації в комунікативно-стильових умовах газетно-журнальної публіцистики.

У ході дослідження застосовано методи лінгвістичного спостереження та описовий, пов'язаний із вивченням узуальної та оказіональної мотивації вторинної номінації. Спорадично використано метод компонентного аналізу, що надав змогу проникнути в «глибинну» семантику вторинної номінації та визначити її внутрішню форму.

III. Результати

Виходячи з того, що предметом нашого дослідження є явище вторинної номінації як компонент конкретної комунікативно-стильової сфери – газетно-журнальної публіцистики (далі – ГЖП), ми повинні визначити ті параметри для характеристики вторинної номінації в цих текстових умовах. Спираючись на специфічні властивості організації внутрішньої структури мови публіцистики, ми беремо до уваги такі типи комунікативних одиниць: власне інформативні комунікативні структури та оцінні комунікативні структури.

Перший тип мовних конститuentів ГЖП – *власне інформативні комунікативні структури*, що функціонують як повнозначні лексичні одиниці та їх сполучення. Як відомо, повнозначні номінативні стилістично марковані лексеми і їх варіанти виконують усі функції, властиві словесному знаку: дають найменування, узагальнюють, повідомляють, виражають ставлення, почуття мовця й слухача. При цьому визначальні функції словесного знака: номінативна, сигніфікативна, комунікативна, прагматична – характеризуються низкою специфічних рис, що й зумовлює своєрідність цього шару лексики [1, с. 127]. У ГЖП широко використовують загальноновживану й суспільно-політичну лексику та фразеологію. Із певною стилістичною метою можуть бути введені в текст термінологічна лексика та аббревіатури.

Газетна неоцінна лексика – слова, що слугують для створення численних стійких словосполучень нефразеологічного типу. Призначення цих слів і зворотів – типізувати, стандартизувати газетну мову, що надає змогу легко й оперативно оформити будь-яке газетне повідомлення. Во-

ни є будівельним матеріалом газетної мови, «словами-сигналами» (за визначенням В. Г. Костомарова). Отже, «мову масової комунікації, у тому числі й газетного її різновиду, можна уявити як набір відлитої форм “слів-сигналів”, у яку щоразу закладається новий зміст» [17, с. 34].

Перелічені групи лексем можна кваліфікувати як первинну номінацію (далі – ПН) чи ВН. Мовознавці розрізняють комунікативну мету ПН та ВН: якщо перша констатує наявність денотата, то друга спрямована на створення максимально повного уявлення про об'єкт.

Як слушно зауважує В. Г. Гак, «у мові один і той же предмет може мати декілька різних імен, які, не будучи синонімами на рівні сигніфікатів, виступають як синоніми на рівні денотатів» [2, с. 252], із чого випливає, що зв'язок денотативних значень ПН та ВН у більшості випадків простежується тільки в межах визначеного тексту. Денотат первинного номінату потребує конкретизації, оскільки має, як правило, максимально узагальнений характер. У цьому розумінні денотативні значення ВН можна вважати потенційними компонентами первинного денотативного значення.

Основне інформативне навантаження в тексті несе денотативне значення ВН: саме таким чином створюється конкретна характеристика об'єкта, що реалізує потенційні можливості первинного денотативного значення. Денотат, отже, характеризується значенням, яке виникло на межі перетину денотативних значень ПН та ВН.

Об'єктивація ознак навколишніх реалій, дискретних елементів змісту уявлення відбувається однослівно або через етап узагальнення інтелектуально-логічного змісту в номінативному словосполученні [12, с. 7]. «Якщо слово існує як готова одиниця номінації, як засіб позначення суспільно усвідомленого предмета або явища, як суспільно закріплений спосіб вираження певного поняття, то вільне словосполучення безпосередньо твориться в мові у зв'язку із завданнями акту комунікації, вирішуючи таким чином протиріччя між кінцевою кількістю лексичних (ширше – номінативних) одиниць і безкінечною кількістю конкретних предметів, явищ, що існують і сприймаються у їхньому взаємозв'язку, інформація про які й становить зміст будь-якого акту комунікації» [10, с. 31].

Явище газетно-журнальної універсалізації тісно пов'язане із стандартизацією виразу й створенням експресивного ефекту, що досягається формуванням висловлювань, які характеризуються певним набором дистинктивних ознак. Одним із таких є **дериваційне словосполучення**, описане в роботах В. М. Никитевича, О. С. Снітко [5; 10, с. 33–41].

Дериваційне словосполучення – форма номінації, де мотивувальний елемент представлений окремою словоформою, яка виконує функцію семантичного складника номінативної одиниці [пор. 10, с. 33] на зразок *давати обґрунтування, давати спростування, давати пояснення*.

Дериваційні сполуки компенсують словотвірну недостатність мови або виступають як можливі комунікативні еквіваленти твірного слова [5, с. 10]. Вони дають можливість експлікувати смисл внутрішньої форми його складників, виявити не лише граматико-дериваційне значення сполуки, але й конкретні смислові відношення між його елементами. Саме у словосполученні об'єктивуються асоціативно вибрані ознаки позначуваного в процесі створення номінації носіями мови. Характерно, що утворення складеної назви відбувається лише у сфері імен субстанції [10, с. 35].

У таких номінативних словосполученнях стрижневий іменник позначає субстанційну характеристику явища, його інтегральну ознаку, залежний – його диференційну ознаку через віднесеність до іншої субстанції, а прикметник – невід'ємну якість позначуваного, як-от: *купейний вагон, кафедра судової медицини; пішохідний перехід; міський транспорт; діагностична станція, центр управління польотом* [10, с. 35].

З метою економії мовних засобів як одиниці ВН вживаються в ГЖП *аббревіатури* різних способів утворення. Вони утворюються «складанням скорочених основ і буває здебільшого еквівалентною словосполученню, яке її мотивує» [16, с. 7]. Вживання таких ВН у мові публіцистики повинно орієнтуватися на нормальний хід мовного акту, на «прочитуваність» їх внутрішньої форми, на їх зрозумілість загалу, а тому цілком обґрунтованою є кваліфікація акронімів публіцистики, яку подає З. С. Сікорська [9, с. 75; 13].

Для забезпечення ілюктивної сили висловлювання, на думку О. С. Снітко, важливе своєчасне тлумачення внутрішньої форми аббревіатур шляхом «препозитивного, паралельного або постпозитивного введення вихідного складеного найменування» [10, с. 121].

Для газетно-публіцистичної мови первинне введення аббревіатури може сприяти загостренню уваги адресата, спрямуванню його мовної свідомості в певну комунікативно-стильову сферу, зокрема конкретного професійного спілкування. Головну функцію скорочень у тексті – економію мовних засобів – виконують лише узуальні аббревіатури, ті, що міцно утвердились у словниковому складі мови [9, с. 76].

Використання складноскороченого слова може бути продиктовано не лише прагненням до стислості викладу, а й створенням невимушеної, дружньої комунікації або, навпаки, переведенням її в напрям офіційного спілкування.

Газетно-журнальний текст призначений, перш за все, для зорового сприйняття, що надає змогу ширше використовувати аббревіатури, не турбуючись при цьому про зручність їх вимови.

Отже, аналізуючи абрєвіатури в газетно-журнальних текстах, необхідно враховувати три обставини: налаштованість на стислість, поєднання інформативності та експресивності, орієнтацію на зорове сприйняття тексту [18, с. 13].

Явище абрєвіації на початку ХХ ст. почало виявлятися в зростанні кількості складноскорочених слів, виборюючи право на певний спосіб номінації, а з 60-х рр. ХХ ст., як зауважує Н. Ф. Клименко, спостерігається дедалі сильніша тенденція до створення абрєвіатур [16, с. 7], яка активно виявляється й у текстах сучасної публіцистики.

Другий тип мовних конститuentів ГЖП – *оцінні комунікативні структури, номінації з емоційно-експресивним змістом*. Серед них потрібно розрізняти ті, що прагматично, соціально зумовлені, та ті, що детерміновані специфікою газетно-публіцистичного тексту.

Експресія в ГЖП має підкреслено соціальний характер; вона є цілеспрямованою й вибірковою. Мова газети посідає проміжне становище між стилями книжно-писемної й усно-розмовної мови. Вона звернена до масового читача, орієнтується на його мовні навички, а тому далека від консервативності, відрізняється значною дифузністю. Саме цим можна пояснити широке проникнення в мову різних газетних жанрів елементів іншого стилістичного забарвлення та тісну взаємодію цих різностильових елементів у порівняно невеликому контексті. Таке змішування стало, по суті, нормою газетної мови [14].

Великий розряд газетної лексики – це оцінна лексика, один із найбільш важливих і продуктивних розрядів газетного словника, актуальність якого для газети пов'язана із найважливішими її функціями: соціальною оцінністю, комунікативною загальноозначуваністю, експресивністю з гострою потребою газети в засобах вираження, що сполучають у собі функції номінації й оцінки. Сюди входять соціально-оцінні слова [17, с. 28].

Із внутрішньомовних чинників, що породжують ВН у газетно-публіцистичному тексті, домінують варто вважати передумову стилістичної диференціації тексту, що безпосередньо пов'язана з об'єктивним чинником умотивованості одиниць перейменування. У такому разі виявляється дія законів стилю та жанру твору, внутрішнього розвитку тексту. Крім цього, потрібно враховувати обмеженість вторинно-номінаційних систем межами визначеного (у цьому випадку – газетно-публіцистичного стилю), на що вказував й І. Онхайзер: «Ряд способів і типів номінації... без відповідності на інших стильових рівнях закріплені за визначеними функціональними стилями, і перш за все за визначеними комунікативними сферами» [7, с. 8].

ВН, уживані в публіцистичному стилі, вирізняються *конотацією*, тобто компонентом значення змісту мовної одиниці, яка виступає у вторинній для неї функції найменування, що доповнює її об'єктивне значення асоціативно-образним уявленням про реалію й позначається на основі усвідомлення внутрішньої форми найменування, тобто ознак, що співвідносяться з буквальним значенням *тропа* чи *фігури мови*, що мотивували переосмислення конкретного вираження [11, с. 36].

Конотація узуально чи okazіонально входить у семантику мовних одиниць і таку, що виражає емотивно-оцінне й стилістично марковане ставлення суб'єкта мови до дійсності при її позначенні у висловленні, яке отримує на основі цієї інформації експресивний ефект [11, с. 5].

ВН, ідентифікуючи об'єкт, виявляє в первинному найменуванні потенційну присутність власної внутрішньої форми. Можна сказати, що система одиниць перейменування диференціює внутрішню форму первинного номіната. Конотація ВН мотивована, таким чином, «подвійною» внутрішньою формою: у процесі мотивації непрямую участь беруть і ознаки, за якими закріплюється подальше перейменування об'єкта. Отже, у процесі розвитку системи ВН з кожним новим найменуванням відбувається модифікація внутрішньої форми, що мотивує конотацію [11, с. 133].

Дослідник О. О. Тараненко запропонував найбільш загальний підхід щодо виокремлення чинників конотації: а) *семантичних*, які створюють різноманітні асоціації, пов'язані в сприйнятті мовців з тим або іншим позначуваним предметом, які можуть об'єктивуватися в переносних значеннях слова, фразеологічних одиниць та порівняльних зворотах на його основі тощо; б) *прагматичних*, що виявляються в різних мовних формах емоційного ставлення мовця до позначуваного об'єкта й узагалі до предмета мовлення і його емоційної оцінки; в) *функціонально-стильових*, що враховують належність тих чи інших мовних одиниць до певних функціональних стилів, жанрів, вікових, професійних сфер вживання тощо [16, с. 248].

Конотація вислову, мікротексту, тексту може виникати під впливом того чи іншого словотворчого засобу (наприклад, суфіксів емоційної оцінки), функціонального навантаження слів-символів, за якими постають асоціації культурно-історичного плану (або мовоукраїнознавчі конотації [3, с. 302]), типу словопорядку тощо. Відповідно й утворюється низка стилістичних значень: книжності, розмовності, офіційності, поетичності, документальності, інформативності, публіцистичності тощо.

Який би аспект конотативного значення номінативної одиниці ми не брали до уваги, обов'язково визначали б специфіку ставлення соціуму до дійсності, а також індивідуума до позначених реалій, тобто оцінку об'єктивну чи суб'єктивну. Отже, конотація – «основний засіб реалізації у мовленні семантичної категорії оцінки як однієї з основних категорій прагматики» [4, с. 186].

Автори експериментального системного тлумачного словника стилістичних термінів [6] до явищ, які імплікують конотацію, зараховують: а) алюзію; б) антономасію; в) ідеостиль; г) метафору [6, с. 3].

В. М. Телія вважає, що основними способами формування смислу ВН є метафора і метонімія, [11].

Журналіст як учасник публіцистичної комунікації постійно перебуває в пошуках необхідного слова, влучної незвичної оцінки, а тому залежно від ситуації послуговується або вже готовими метафоричними стійкими виразами фразеологічного типу (наприклад, *обрати справу до душі; сказати правду в вічі* тощо), що мають загальнономовний характер, або схильється до створення індивідуально-авторських сполук.

Вторинну фразеологічну номінацію потрібно відрізнити від непрямой номінації словосполучень, яка реалізується, як правило, багатозначними словами, лексико-семантичні варіанти яких містять денотативні семи, необхідні для адекватної віднесеності словесного знака з відповідною найменованою реалією [15]. Причому «первинне (пряме) значення тут сприймається як основне, а інші лексико-семантичні варіанти, – зазначає Л. А. Лисиченко, – теж виконують номінативну функцію в мовній системі, але вони спрямовані не безпосередньо на предмет, а усвідомлюються нами через пряме номінативне значення» [15].

Опосередкований зв'язок фраземи як одиниці ВН з тією чи іншою позамовною ситуацією зумовлює «утворення предметно-поняттєвого симбіозу двох відношень найменування», при якому взаємодіють, на думку В. Г. Гака, п'ять компонентів: «дійсність – поняттєво-мовне її відображення – сигніфікат опосередковуючого, опорного найменування – попереднє структурно-семантичне значення мовної форми – мовна форма у вторинній функції називання» [14].

Найпоширенішими способами переосмислення прямих лексичних значень слів, об'єднаних у нову номінативну одиницю-фразему, є метонімія й метафора. Трансформація словосполучень на основі певної аналогії чи під впливом суміжності, яка виявляється між денотатами первинної та вторинної комбінації, сприяє утворенню сигніфікативної основи фраземи як одиниці ВН.

Розглядаючи фразеологічні одиниці як об'єкт ВН, варто зауважити, що основним екстралінгвальним чинником, що сприяє їх застосуванню, можна вважати емоційно-експресивний.

За допомогою фразеологічних найменувань підкреслюються ті властивості предмета, які залишаються нерозкритими при його прямому позначенні.

Мовці зазвичай прагнуть використовувати мову не лише в її основній, комунікативній функції, яку умовно називають естетичною. Потенційна образність ВН відповідає елементарній потребі людини урізноманітнити мову, засобами самої номінації надавати їй експресивно-оцінного спрямування. Ці завдання може виконати вторинна номінація.

IV. Висновки

Таким чином, характер, тип, структура мовної номінації, її емоційно-експресивні, стилістичні та інформативні властивості зумовлюються типом текстової комунікації як певного різновиду творчої мовної діяльності, способу мовомислення.

Лексична номінація є продуктом творчої діяльності мовців у витворенні системи денотативно-сигніфікативних одиниць. Перший тип ВН у ГЖП представлений функціями повнозначних лексичних одиниць та їх сполучень. Другий – функціями образних (оцінних) комунікативних структур, номінаціями з емоційно-експресивним змістом, які завдяки набутим конотаціям увиразнюють соціалізований зміст висловлювань. В основі ВН другого типу лежить переносне вживання слова, осмислення денотата за допомогою асоційованих з ним якостей, властивостей, на які вказують інші номінації.

Розрізнення типів первинної й вторинної номінації пов'язане з їх статусом як одиниць у системі мови та тексту, з потребами комунікації в прямому позначенні реалій навколишньої дійсності чи з підкресленим виокремленням тих чи інших сторін денотата.

ВН кваліфікується як надання об'єкту ще однієї назви з іншою мотивованістю та з певною спеціальною метою. Вона пов'язана з розширенням чи скороченням попередньої назви, її трансформацією. ВН є носієм внутрішньої форми нового значення, що опосередковане змістом її складників. У створенні ВН важливу роль відіграють соціальні та емоційно-експресивні чинники. Поява ВН у мові детермінується їх інформативними та образно-оцінними властивостями.

Список використаної літератури

1. Азнаурова Э. С. Стилистический аспект номинации словом как единицей речи. *Языковая номинация (Виды наименований)*. Москва: Наука, 1977. С. 86–129.
2. Гак В. Г. К типологии лингвистических номинаций. *Языковая номинация: Общие вопросы*. Москва: Наука, 1977. С. 71–93.
3. Ермоленко С. Я. Нариси з української словесності: (стилістика та культура мови). Київ: Довіра, 1999. 431 с.
4. Космеда Т. Аксіологічні аспекти прагмалінгвістики: формування і розвиток категорії оцінки. Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, 2000. 350 с.
5. Никитевич В. М. Основы номинативной деривации. Москва: Наука, 1985. 157 с.

6. Никитина С. Е., Васильева Н. В. Экспериментальный толковый словарь стилистических терминов: принципы составления и избранные словарные статьи. Москва: Изд-во РАН, 1996. 142 с.
7. Онхайзер И. Номинация в средствах различных функциональных стилей. *Номинативные средства в текстах различных функциональных стилей*. Казань, 1990.
8. Підмогильна Н. В. Українська військова преса: відповідність часу. *Communications and communicative technologies*. 2019. Вип. 19 С. 62–69.
9. Сікорська З. С. *Лексико-семантичні, словотвірні та прагматичні аспекти акронімів. Лінгвістика*: зб. наук. праць / укл.: В. Д. Ужченко (наук. редактор) та ін. Луганськ: Альма-матер, 2003. Вип. 1. С. 72–78.
10. Снитко Е. С. Внутренняя форма номинативных единиц. Львов: Свит, 1990. 215 с.
11. Телия В. Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц. Москва: Наука, 1986. 242 с.
12. Тер-Минасова С. Г. Синтагматика функциональных стилей и оптимизация преподавания иностранных языков. Москва: МГУ, 1986. 200 с.
13. Терханова О. В. Абревіація як специфічне мовне явище в газетно-журнальній публіцистиці 80–90-х років ХХ століття. *Вісник ДНУ. Серія: Соціальні комунікації*. 2016. № 12. Вип. 16. Т. 24. С. 153–158.
14. Терханова О. В. Вторинна номінація як текстова категорія публіцистичного стилю. *Вісник ДНУ. Серія: Соціальні комунікації*. 2017. № 12. Вип. 17. Т. 25. С. 129–136.
15. Терханова О. В. Образні звороти як комунікативна ознака мови ЗМІ. *Держава та регіони. Серія: Гуманітарні науки*. 2015. № 1 (40). С. 60–62.
16. Українська мова. Енциклопедія / ред. кол.: В. М. Русанівський, О. О. Тараненко та ін. Київ: Укр. енцикл., 2000. 752 с.
17. Язык и стиль средств массовой информации и пропаганды. Москва: Изд-во Моск. ун-та, 1980. 256 с.
18. Ярмашевич М. А. Функционирование аббревиатур в газетном тексте. *Взаимодействие социальных и структурных факторов в языке и речи*. Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 1988. С. 12–16.

References

1. Aznaurova, E. S. (1977). The stylistic aspect of nomination with a word as a unit of speech. Language nomination (Types of names). Moscow, 86–129. (in Russian).
2. Hack, V. G. (1977). To the typology of linguistic nominations. Language nomination: General questions, Moscow, 71–93. (in Russian).
3. Yermolenko, S. Ya. (1999). Essays on Ukrainian Literature: (Stylistics and Culture of Language). Kiev, 431 p. (in Ukrainian).
4. Kosmed, T. (2000). Axiological aspects of pragmalinguistics: formation and development of the category of assessment. Lviv, 350 p. (in Ukrainian).
5. Nikitevich, V. M. (1985). Fundamentals of nominative derivation. Moscow, 157 p. (in Russian).
6. Nikitina, S. Ye., Vasilieva, N. V. (1996). Experimental explanatory dictionary of stylistic terms: compilation principles and selected dictionary entries. Moscow, 142 p. (in Russian).
7. Onheiser, I. (1990). Nomination in the means of various functional styles. Nominative means in the texts of various functional styles. Kazan. (in Russian).
8. Podmogilna, N. V. (2019). Ukrainian military press: time correspondence. Communications and communicative technologies. Dnipro, Issue 19, P. 62–69. (in Ukrainian).
9. Sikorskaya, Z. S. (2003). Lexical-semantic, word-forming and pragmatic aspects of acronyms. Linguistics. Lugansk, 1, 72–78. (in Ukrainian).
10. Snitko, E. S. (1990). The inner form of nominative units. Lviv, 215 p. (in Russian).
11. Telia, V. N. (1986). The connotative aspect of the semantics of nominative units. Moscow, 242 p. (in Russian).
12. Ter-Minasova, S. G. (1986). Syntagmatics of functional styles and optimization of teaching foreign languages. Moscow, 200 p. (in Russian).
13. Terkhanova, O. V. (2016). "Abbreviation as a Specific Linguistic Phenomenon in Newspaper and Journalistic Journalism of the 80–90s of the XX Century", Bulletin of the DNU. Series: Social Communications, 12, 16, 153–158. (in Ukrainian).
14. Terkhanova, O. V. (2017). "Secondary nomination as a nonfiction style text category", Bulletin of DNU. Series: Social Communications, 12, 17, 129–136. (in Ukrainian).
15. Terkhanova, O. V. (2015). Figurative Returns as a Communicative Sign of the Media Language. State and Regions. Series: Humanities, 1 (40), 60–62. (in Ukrainian).
16. Rusanovsky, V. M., Taranenko, O. O. (2000). Ukrainian language. Encyclopedia. Kiev, 752 p. (in Ukrainian).
17. Language and style of media and propaganda, (1980). Moscow, 256 p. (in Russian).
18. Yarmashevich, M. A. (1988). Functioning of abbreviations in a newspaper text. Interaction of social and structural factors in language and speech. Saratov. P. 12–16. (in Russian).

Стаття надійшла до редакції 18.07.2019.

Zharko S., Terkhanova O. Secondary Nomination as a Component of the Newspaper-Magazine (Media) Non-Fiction

Novelty. *In the article the stylistic parameters of the secondary nomination in the newspaper text are investigated. The importance and need for such a study are dictated by the activity of the secondary nomination in the newspaper non-fiction.*

Research methodology. *The paper uses methods of linguistic observation and descriptions related to the study of the visual and occasional motivation of the secondary nomination. In the article, the method of the component analysis was used sporadically, which allowed to penetrate into the «deep» semantics of the secondary nomination and determine its internal form.*

Results. *A look at the phenomenon of the secondary nomination as a constituent of a particular communicative-style system – the newspaper-magazine non-fiction – leads to the separation of two parameters, which should characterize the secondary nominating in these text conditions: informative and appraisal. This principle is the basis for distinguishing ugly (actually informative) and figurative (estimated) communicative structures of the secondary nomination.*

The first type of the secondary nomination in the newspaper non-fiction is represented by functions of full-lexical units and their combinations. As noted above, the phenomenon of the newspaper-magazine universalization is closely linked with the standardization of expression and the achievement of the expressive effect of text units. It is a derivational phrase (V. M. Nikitevych, A. S. Sniitko). As a result of the merger of the semantic components of the compound, a composite name is formed, where the core noun denotes the substantive characteristic of the phenomenon, its integral sign, its dependent – its differential sign because of its attribution to another substance, and the adjective is an inseparable quality of the signified object. The new name (the result of the secondary nomination) certifies the discrepancy between the substantive semantics of the word as a component of the compound name and the conceptual content of the particular noun as a vocabulary unit. Further extraction is associated with the phenomenon of the abbreviation.

The second type of the secondary nomination in the newspaper non-fiction is represented by the functions of figurative (estimated) communicative structures, nominations with emotional and expressive content, which, through the acquired connotations, express the socialized content of the statements. The paper focuses on such forms of shaped secondary nomination as metaphorical and metonymic phrases, periphrasis, phraseological units, etc. It is emphasized on the correlation of the tropical structure with the word or phrase, actualization of any quality, the object side or the concept that are described. At the heart of the secondary nomination of the second type is the figurative use of the word, the understanding of the denotation through the qualities associated with it, the properties indicated by other nominations.

The practical significance. *The materials of the research can be used in modern linguistic didactics: for writing textbooks and training manual on functional stylistics, lexicology, semasiology, special courses on non-fiction functional style at faculties of journalism, as well as in lexicographic practice.*

Key words: *secondary nomination, newspaper-magazine non-fiction, connotation, derivative compounds, phraseological units; metaphorical and metonymic expressions.*