

УДК 811.111:81'37

DOI <https://doi.org/10.24919/2663-6042.13.2020.214332>

ТИПОЛОГІЯ ВТОРИННИХ НОМІНАЦІЙ НЕВИЗНАЧЕНОЇ КІЛЬКОСТІ В АНГЛОМОВНОМУ ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

Зінченко А. В.

Сумський державний університет

Статтю присвячено розгляду типологічних особливостей вторинних номінацій невизначеної кількості в англomовному публіцистичному дискурсі. У пропонованій розвідці виконано спробу проаналізувати лінгвальні інструменти репрезентації невизначеної кількості в медійних текстах.

*Окреслено поняттєво-термінологічний апарат, необхідний для виконання поставлених завдань, та обґрунтовано доцільність послуговування ним. Серед основних термінів – **індефінітна/невизначена кількість, вторинна номінація, вторинна номінація невизначеної кількості та ін.***

Зауважено, що інтерес до вивчення вторинних номінацій невизначеної кількості в текстах публіцистичного дискурсу щоразу зростає. Вторинні найменування набувають усе більшої уживаності з урахуванням прагнення сучасних медіа не лише поінформувати, але й вплинути на громадську думку. Вивчення механізму мовної номінації пов'язане з потребою комплексного дослідження змісту цього явища в усіх його мовних виявах, зокрема як вторинної номінації.

У роботі акцентовано на поповненні номінаційних ресурсів переважно за рахунок переосмислення значень уже наявних у мові номенів, що результується в набутті ними нових значень унаслідок вторинного називання. Визначено, що метафора постає в мові як наслідок породження певних асоціацій між реалією та суб'єктом пізнання. Процес появи нового знання супроводжується аналогізацією між об'єктами на концептуальному рівні, як це закладено природою мислення людини.

Резюмовано, що найпродуктивнішим патерном утворення вторинних номінацій невизначеної кількості є метафоричне перенесення, яке відбувається за рахунок асоціативної суміжності між об'єктом ресурсного та цільового доменів. Запропоновано типологічну класифікацію вторинних номінацій невизначеної кількості метафоричної природи, які трапляються в публіцистичному дискурсі. Установлено, що ресурсними доменами для утворення квантитативної метафори постають домени живої, неживої артефактної та метафізичної природи.

***Ключові слова:** невизначена кількість, вторинна номінація, квантитативна метафора, перенесення, типологічні особливості.*

***Zinchenko A. V. Secondary nominations of indefinite quantity in journalistic discourse: typological features.** The article deals with typological features of secondary nominations of indefinite quantity in English journalistic discourse. The study suggests the analysis of the linguistic representation of indefinite quantity in media texts.*

The work highlights the conceptual and terminological apparatus necessary for solving the tasks, namely "indefinite quantity", "secondary nomination", "secondary nomination of indefinite quantity".

It is noted that the research interest in secondary nominations of indefinite quantity in the texts of journalistic discourse increases. Secondary names are becoming more and more commonly used due to the desire of modern media not only to inform but also to influence public opinion. The study of language nomination mechanism is associated with the need for a comprehensive study of the phenomenon in all its linguistic manifestations, secondary nomination in particular.

The paper highlights that the processes of nomination resources replenishment are mainly based on rethinking the meanings of nouns already present in the language. That results in their acquisition of new meanings due to secondary naming. It is determined that metaphor appears in language as a consequence of the specific associations grown between reality and the subject of cognition. The process of new knowledge emergence is accompanied by an analogy between objects at the conceptual level, as that is inherent in the nature of human thinking.

The article emphasizes the most productive pattern for the generation of indefinite quantity secondary nominations is the metaphorical transfer, which occurs due to the associative adjacency between the object of the resource and target domains. The paper suggests the typological classification of indefinite quantity secondary nominations of metaphorical nature that occur in journalistic discourse. It is established that the domains of animate, inanimate, artefact and metaphysical nature appear as resource domains for the formation of quantitative metaphors.

***Key words:** indefinite quantity, secondary nomination, quantitative metaphor, transference, typological features.*

Постановка проблеми та обґрунтування актуальності її розгляду. Сучасний світ відзначається пришвидшенням прогресу та значними змінами в системі суспільних цінностей. Медіа як основні канали розповсюдження інформації – в авангарді висвітлення актуальних питань. До того ж остан-

німи десятиліттями вони усе більше переходять від джерела інформації до інструменту маніпуляції суспільними поглядами.

Нині навіть подання кількісних даних у публіцистичних текстах усе більше підлягає правилам реалізації мовленнєвого впливу з метою отри-

мання необхідної суспільної реакції. У пошуках нових ефективних засобів вираження кількісних параметрів об'єктів/явищ/подій, особливо резонансних, ЗМІ дедалі більше тяжіють до використання непрямих номінацій кількості. З таких позицій мовне оформлення категорії кількості, а саме субкатегорії невизначеної кількості, розкриває нові горизонти для вивчення мовознавцями та є вельми актуальним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Категорія кількості як базова епістемологічна категорія викликає цікавість дослідників, починаючи від Аристотеля. Втім тривалий час учені вивчали її лише з ракурсу філософії. Одну з найперших спроб лінгвістичного аналізу лінгвального вираження кількості виконано в роботі Є. В. Гулиги та Є. І. Шендельс, де автори розглядають граматико-лексичне поле кількості як систему, утворену сукупністю різноманітних взаємопов'язаних засобів граматичного та лексичного рівнів, покликаних виражати й називати загальні значення кількості.

В. З. Панфілов звернув увагу на два основні виміри кількості – дискретності та недискретності – і відповідні їм поняття множини та безперервної кількості. Л. Г. Акуленко та В. В. Акуленко досліджували мовну репрезентацію кількості в європейських мовах. Класифікацію засобів вираження кількості здійснив О. О. Холодович, що посприяло створенню загальної теорії множинності в мові.

Лінгвістична представленість кількості й досі слугує об'єктом численних розвідок вітчизняних та зарубіжних науковців. Серед таких розвідок варто відзначити праці С. О. Швачко, у якому виконано компаративний аналіз репрезентантів невизначеної кількості на матеріалі англійської, української та російської мов, О. І. Єгорової, у якому автор дослідила омовлення концепту НЕВИЗНАЧЕНА КІЛЬКІСТЬ в германських мовах з погляду когнітивістики.

Формулювання мети і завдань статті. Популяризація ідеї «поінформованого суспільства» спричинила значне посилення впливу мас-медіа на формування громадської думки. Варто також враховувати, що переважна кількість міжнародної «якісної преси» друкується англійською мовою, через що **об'єктом** пропонованого дослідження постають саме англomовні вторинні номінації невизначеної кількості, а **предметом** – їх типологічні особливості. **Метою** розвідки є визначення типологічних особливостей вторинних екстеріоризаторів кількості, яка реалізується через виконання низки **завдань**: 1) навести визначення «вторинної номінації невизначеної кількості»; 2) установити типові патерни утворення лексем із переносним значенням невизначеної кількості; 3) описати їх структурно-семантичні особливості.

Виклад основного матеріалу дослідження. Іndefінітна (невизначена) кількість – це кількість, яка не підлягає числовому визначенню та омовлюється одиницями із відповідною семантикою. Неоднорідні за набуттям кількісно невизначеного значення, ці лексеми поділяються на первинні (*abundance, many, large*) та вторинні номінації (*rivulets of pain, forest of hands*). На відміну від первинних, вторинні номінації утворюються в момент виходу когніції мовця за межі

терміносистеми з метою увиразнення мовлення та досягнення комунікативних цілей.

Процес вторинного найменування відзначається складністю та багатоплановістю: вторинний продукт, який за формою є прямим відображенням реальної дійсності, отримує зовсім інше смислове наповнення. У сучасній лінгвістиці накопичено цінні знання про природу вторинної номінації. До прикладу, В. М. Телія зводить її до простого використання вже наявних у мові номінативних засобів у новій для них функції називання [4, 129]. В. Г. Гак вважає, що вторинна номінація пристосовує ту саму форму до виконання різних функцій [1, 243]. На думку О. О. Тараненка, вторинна номінація – це «надання об'єкту ще однієї назви: з іншою вмотивованістю і з певною спеціальною метою (метафорична або метонімічна номінація, перифрази, евфемізми та ін.) або як трансформація попередньої назви об'єкта» [3, 387].

Опираючись на позицію О. О. Тараненка, ми розуміємо вторинну номінацію іndefінітної кількості як «альтернативну» назву невизначеної кількості, умотивовану комунікативною інтенцією мовця та тяжінням до мовленнєвого увиразнення. Твердження Дж. Лакоффа про фігуральність людського мислення [2, 46–48], підкріплене результатами опрацювання емпіричного матеріалу, засвідчує, що домінантним шляхом утворення нових вторинних назв невизначеної кількості є перенесення за асоціацією – метафоризація/метонімізація.

Механізм вторинних перенесень у досліджуваному англomовному публіцистичному дискурсі ґрунтується на взаємодії двох критеріїв: походження найменування і його спрямовання. Пропоновану типологію вторинних найменувань невизначеної кількості метафоричної/метонімічної природи вибудовуємо на основі напрямків перенесення семантики вихідних лексем, унаслідок яких метафора/метонімія втілюється в нових найменуваннях, які збільшують репертуар засобів стилізації журналістського повідомлення.

За Т. Гоббсом, основою процесу вторинної номінації постає перенесення найменування, умотивоване асоціацією між феноменами реальності одного домену або двох різних [6, 23]. Вивчення дібраних вторинних номінацій невизначеної кількості виявило превалювання метафоричного перенесення.

Метафора є одним із важливих інструментів пізнання реального світу людиною, оскільки вона допомагає концептуалізувати досвід та слугує когнітивним інструментом для утворення нових значень слів. У мовленні людина схильна використовувати вже відомі образи для омовлення досі невідомого чи незрозумілого. Саме невизначеність кількісних характеристик описуваного мовцем об'єкта чи процесу вимагають від нього пошуку найвлучніших засобів передачі потрібної інформації.

Завдяки своїй здатності до метафоричного мислення людська когніція вдало використовує широкий ряд доменів, образи яких слугують основою для творення вторинних номінацій невизначеної кількості. З оперттям на базову ознаку в основі метафоричного перенесення ми виокремили такі типи:

1. Природоморфна метафора. Омовляючи отримані знання про навколишній світ та його кількісні параметри, когніція людини активно використовує образи природи, наявних у ній об'єктів та процесів. Залежно від домену зметафоризованого образу кількісних метафор їх можна розподілити на:

а. Людина. Пізнання світу людиною починається зі співвіднесення самої людини з оточенням. Називання кількісних параметрів за допомогою частин власного тіла є традиційною мовною практикою та лише підтверджує мовний антропоцентризм. Найпоширенішими образами-донорами для утворення вторинних номінацій кількості слугують переважно ті частини тіла, які людина може поміряти, наприклад: *England's contact tracers 'making handful of calls' a month* (The Guardian, 2020), *Body of work: why Billie Eilish is right to stand her ground against shaming* (The Guardian, 2020), *France's far right National Front leader says there is not a 'hair's breadth' between it and Ukip* (The Independent, 2016), *Mitt Romney leads Iowa by less than a nose* (The Independent, 2012);

б. Тваринний світ. Фауна є одним із найпродуктивніших ресурсних доменів для утворення метафори. За словами Ф. Г. Гачугі, співвідношення доменів ЛЮДИНА – ТВАРИНА відбувається переважно на основі таких ознак, як зовнішність, розмір, територія існування, поведінка та відносини між людьми і цим видом тварин [5, 297]. У корпусі прикладів виявлено порівняно небагато кількісних метафор тваринного походження, до прикладу: *Bull, meet China shop: Trump's foreign policy in Asia is disastrous* (The Guardian, 2019), *Church pastor suspended after calling Black Lives Matter organizers 'maggots'* (USA Today, 2020), *And Isaias spawned more than a dozen deadly tornadoes* (USA Today, 2020), *Barrett Brown lawyer: US tried to 'kill a fly with a sledgehammer'* (The Guardian, 2014), *Parent's survival guide: How to entertain a brood of bored kids during the summer holidays* (The Independent, 2007);

в. Рослинний світ. Флора закономірно займає значну частку образного ряду для утворення метафори з урахуванням тисячолітньої історії сільського господарства та землеробства [8, 6]. Основою для кількісної метафори рослинного походження слугує розмір частин рослин, окремих рослин та їх сукупостей: *...the residents of Beirut are growing fractious* (The Independent, 2020), *MSF brands humanitarian summit 'a fig-leaf of good intentions' as it pulls out* (The Guardian, 2016), *...the ball was almost all over the line, maybe a grass blade's width away* (The Independent, 2018), *Far from the bijou glade of my imagination...* (The Guardian, 2010);

д. Об'єкти природного ландшафту. Здатність людини до орієнтації у просторі дає можливість не лише ідентифікувати своє місце знаходження з посиленням на об'єкти навколишнього ландшафту, але й вербалізувати певний позамовний досвід за допомогою цих самих образів. Кластер квантитативної метафори цього домену включає значний ряд зметафоризованих номінацій, як-от: *...are buried beneath a vast, verbal slagheap of bitchiness, rows and moaning* (The Guardian, 2011), *River of money flows to Thames as it wins global conservation prize*

(The Guardian, 2010), *In the valley of its making...* (The Guardian, 2006), *Coronavirus: San Quentin prison facing 'volcano' of infections, disease expert warns* (The Independent, 2020);

е. Об'єкти антропогенного ландшафту. У результаті розвитку людства його довкілля зазнає постійного антропогенного впливу, що спричинює появу об'єктів неприродного походження. Потрапляючи у когніцію людини як об'єкти загального домену ЛАНДШАФТ, ці образи стають продуктивним джерелом для утворення кількісної метафори: *...a blow against the wall of impunity that President Trump has tried to build for himself* (USA Today, 2020), *Towers of strength: 'readers' photos on the theme of 'strong'* (The Guardian, 2014), *Field of dreams: heart-break and heroics at the World Ploughing Championships* (The Guardian, 2018), *No longer the harassed, red-eyed quarry of Monday's post-election TV interview* (The Independent, 2014), *Once elected, he built a dam of propaganda, misinformation, lies and corruption* (The Washington Post, 2020);

ф. Атмосферні явища. Образи атмосферних явищ – один із найпродуктивніших доменів для квантитативної метафори. Різноманітні за своїми кількісними характеристиками погодні явища здебільшого знайомі усім та можуть бути влучним інструментом для пояснення певного абстрактного поняття, до прикладу: *...the other one still seemed to be raining blows, kicking and thumping* (The Independent, 2002), *Rain of terror: Egypt to crack down on 'fake' weather reports* (The Guardian, 2018), *Fact-checkers could barely keep up with this blizzard of bunkum* (The Washington Post, 2020), *Mohamed Merah vowed to go out in a hail of bullets* (The Guardian, 2012), *The demographic data show counties with no reported cases are mostly isolated areas, drizzled across the nation's midsection* (USA Today, 2020);

г. Астрономічні об'єкти. Віддавна космос слугував предметом цікавості науковців та звичайних людей, а його популяризація стала причиною постійного оновлення кластеру «астрономічних» метафор. Кількість і розмірність як базові ознаки космосу та його тіл постають прекрасною основою для утворення влучних квантитативних метафор: *Planet of the vapes: inside one nicotine megafactory* (The Guardian, 2015), *Described by officials as a "Hitchhiker's Guide" to the "galaxy" of British tax...* (The Independent, 2015), *Simon Goodley explores the 'constellation of egos' that makes the World Economic Forum...* (The Guardian, 2014), *Eastern Congo has been wracked by violence from a myriad of armed groups...* (The Washington Post, 2020), *Ukraine and Europe have been into Vladimir Putin's black hole of fear* (The Guardian, 2014);

h. Фізичні явища та процеси. У цій групі вторинних номінацій варто відмітити поширеність зметафоризованих лексем дієслівного типу: домен ФІЗИЧНІ ПРОЦЕСИ та ЯВИЩА пропонує значний масив для опису динаміки процесів та їх кількісних характеристик, тоді як для опису статички мовцєві доступна порівняно більша кількість інших доменів: *World faces wave of epic debt defaults...* (The Telegraph, 2016), *Instead, teams of young volunteers with*

brooms have **fanned** out to sweep up broken glass and reopen roads (USA Today, 2020), ...but remained in a protective **bubble** of campaign staffers and journalists (The Guardian, 2020), ...adding that turnout was **inflated** by more than 50% at a number of polling stations (The Guardian, 2020), ...rides out with a final **blast** of invective (The Independent, 2015).

2. Артефактний світ. Вторинні номінації невизначеної кількості, сформовані на основі співвіднесення із об'єктами, створеними людиною, відзначаються частотністю вживання за рахунок їх поширеності та знайомості реципієнтові: *Democrats haul in big **buckets** of money...* (USA Today, 2020), *Goblet of fire: how spat-out wine is being turned into spirits* (The Guardian, 2017), *The Energy 202: Trump's desire 'to take' Syrian oil presents a **barrel** of problems* (The Washington Post, 2020), *All together now: let's have a **cup** of char* (The Independent, 1998), *Box of delights...* (The Guardian, 2001), *Train of hope throws a commercial lifeline...* (The Guardian, 2004); ...enough to divide the teams on an afternoon when the highlights could be condensed into a **thimble** of entertainment (The Guardian, 1999).

3. Соціальні явища. У результаті розвитку людини як соціальної істоти з'являється все більше вторинних назв кількості з опертям на образи різних сукупностей людей, їхніх видів зайнятості чи характерних феноменів. Засоби масової інформації, своєю чергою, сприяють поширенню та обміну квантитативними образами для увиразнення мовлення: *Media coverage of other events that are causing more harm in the world should not be neglected at the expense of media **marathons** discussing the cruelties of terrorists* (The Guardian, 2015), *Donald Trump to face '**carnival** of resistance'* (The Guardian, 2018), *But places like Kirstenbosch face a **litany** of costs and other considerations in contemporary times* (The Independent, 2009), *Man City 'not ready' for **onslaught** of games as Premier League returns, says Pep Guardiola* (The Independent, 2020).

4. Фантастичний світ. У пошуках інструментів експресивності мовці можуть звертатися до нереальних подій та істот, які, однак, вже давно стали традиційними виразниками певних особливостей чи знаків. Так, у домені ФАНТАСТИЧНИЙ СВІТ виокремлено два піддомени, які містять продуктивні образи для вторинної номінації невизначеної кількості:

а. Міфологія. Міфічні образи вже становлять метафори світобудови та соціального устрою,

а тому природно, що їх образи вкотре слугують основою для утворення метафор конкретного характеру [7, 5] – опису кількісних характеристик: ...a profound mark on national life by substantially cleansing **the Augean stable** of corrupt politics (The Guardian, 2007), *Cameron praises engineers '**herculean** effort to repair Dawlish train line* (The Guardian, 2014), ... congressional hearing starring the country's tech **titans** began as so many video conferences... (The Washington Post, 2020), *If he can also **bring back the hide of the Nemean Lion, slay the nine-headed Hydra** and give the **Augean stables** a quick swill as well* (The Guardian, 2008);

б. Література. Завдяки літературним творам, які також є віддзеркаленням реальності, в англійській лінгвокультурі закріпилися деякі образи, що асоціюються із кількістю чи розмірністю, як-от: *Someone gave me a cheap **Tom Thumb-ish** cigar* (The Guardian, 2004), ...phony 'facts' as so many ropes to tie down this **Gulliver-like** truth-telling **giant** and prevent him from... (The Washington Post, 2015), *Ben Emmerson QC: The **bête noire** of the right wing press with a '**leviathan** intellect'* (The Independent, 2012), ***Goliath** v **Goliath**: who will reign supreme in the Google v Amazon wars?* (The Guardian, 2014), *That note launched the **Swanns** on a legal **odyssey** that saw them become the lead plaintiffs...* (The Washington Post, 2020).

Висновки та перспективи подальших досліджень у цьому напрямі. Публіцистичний дискурс, маючи на меті не лише проінформувати реципієнта повідомлення, але й певним чином вплинути на його свідомість, усе частіше звертається до інструментів експресивізації мовлення. У випадку опису об'єктів/процесів із невизначеними кількісними характеристиками автор має певний простір для маніпулювання когніцією реципієнта, використовуючи широкий ряд образів.

Вивчення вторинних номінацій індефінітної кількості засвідчило домінування метафоричного типу перенесення, що полягає у зіставленні об'єктів за кількісною суміжністю від двох різних доменів (ресурсного та цільового). На основі корпусу фрагментів публіцистичного дискурсу виокремлено та схарактеризовано основні типи та підтипи вторинних номінацій невизначеної кількості залежно від ознак зметафоризованого образу. Перспективним вважаємо дослідження базових когнітивних метафор, які стали основою для утворення визначених типів квантитативної метафори в англomовному дискурсі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гак В. Г. К типологии лингвистических номинаций. *Языковая номинация (Общие вопросы)*. Москва : Наука, 1977. С. 230–293.
2. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живём / под. ред. и с пред. А. Н. Баранова. Москва : Едиториал УРСС, 2004. 256 с.
3. Тараненко О. О. Номінація. *Українська мова. Енциклопедія* / ред. кол.: В. М. Русанівський, О. О. Тараненко та ін. Київ : Укр. енцикл., 2002. С. 385–387.
4. Телия В. Н. Вторичная номинация и её виды. *Телия В. Н. Языковая номинация (Виды наименований)* / под ред. Б. А. Серебренникова. Москва : Наука, 1977. С. 129–221.
5. Gachugi F. G., Sikuku J., Liliku P. Animal Metaphor in Gikũyũ. *Journal of Applied Linguistics and Language Research*. 2018. Vol. 5. Issue 2. P. 296–302.
6. Hobbes T. Of the consequence or train of imaginations. *The philosophy of mind*. Cambridge (Mass.) : MIT Press, 1994. P. 22–24.

7. Malan G. Myth as metaphor. *HTS Theological Studies*. 2016. Vol. 72. Issue 4. P. 1–8.
8. Zhangyunchao. Plant Metaphors in English Economic Newspaper Texts. Kristianstadt University Press, 2016. 24 p.

REFERENCES

1. Gak, V. G. K tipologii lingvisticheskikh nominatsiy [Problems of linguistic nominations typology]. *Yazykovaya nominatsiya (Obshchie voprosy)*. Moskva: Nauka, 230–293 [in Russian].
2. Lakoff, Dzh., Dzhonson, M. (2004). Metafory, kotorymi my zhivem [Metaphors we live by] / pod. red. i s pred. A. N. Baranova. Moskva : Yeditorial [in Russian].
3. Taranenko, O. O. (2002). Nominatsyya [Nomination]. *Ukrayintska mowa. Entsyklopediya*. Kyiv, 385–387 [in Ukrainian].
4. Teliya, V. N. (1977). Vtorichnaya nominatsiya i ee vidy [Secondary nomination and its types]. *Teliya V. N. Yazykovaya nominatsiya (Vidy naimenovaniy)* / pod red. B. A. Serebrennikova. Moska: Nauka, 129–221 [in Russian].
5. Gachugi, F. G., Sikuku, J., Liliku, P. (2018). Animal Metaphor in Gikūyū. *Journal of Applied Linguistics and Language Research*, 5 (2), 296–302.
6. Hobbes, T. (1994). Of the consequence or train of imaginations. *The philosophy of mind*. Cambridge (Mass.): MIT Press, 22–24.
7. Malan, G. (2016). Myth as metaphor. *HTS Theological Studies*, 72 (4), 1–8.
8. Zhangyunchao. (2016). Plant Metaphors in English Economic Newspaper Texts. Kristianstadt University Press.