According to the explanatory dictionary L. L. Nelyubin transformation: 1) regular change of the basic linguistic model, which leads to the creation of a secondary linguistic structure; 2) the basis of most methods of translation is the change of formal (lexical or grammatical transformation) or semantic (semantic transformation) components of the source text for the storage of information intended for translation.

Thus, the translation transformation of the predicate of the English sentence is a lexical, grammatical or lexical-grammatical transformation of the original provided that there is no possibility of using the direct counterpart to preserve the meaning and the communicative effect of the original sentence.

The direction of this typology is due to certain reasons: first, in our opinion, to «narrow down» the initial stage of translation (related to the definition of the difficulties of the grammatical order of the entire sentence (paragraph), etc.) to the definition of the transformation of the sentence in the sentence and at the same time «expand» (not limit) the definition of the transformation of the predicate as a mere grammatical (lexical). Secondly, it should be noted that at the present stage of development there is still no detailed systematic analysis of grammatical transformations and, accordingly, the place of transformation of sentences among other grammatical transformations remains unclear, nor is their detailed classification developed.

In this article, we reviewed the work of translators in the study of the transformational aspect of translation, and considered regular grammatical correspondences, general and contextual mismatches in the structure of English and Ukrainian, and defined the translation transformation of the predicate.

Key words: *predicate translational transformation, lexical-semantic transformation, grammatical transformation, stylistic transformation.*

УДК 81'367:654.197

И. И. Пахненко
С. Г. Телетова

СИНТАКСИЧЕСКАЯ СТРУКТУРА НАЗВАНИЙ ТЕЛЕВИЗИОННЫХ ПЕРЕДАЧ

В статье рассматриваются различные подходы к определению лингвистического статуса названий телепередач, занимающих особое место в ономастической подсистеме языка, анализируется их структура, описываются синтаксические средства, задействованные в номинации телепродукции. Особое внимание уделяется разнообразным фигурам экспрессивного синтаксиса, которые часто используются в данных онимах, и их роли в реализации категорий информативности и экспрессивности в названиях телевизионных программ.

Ключевые слова: *телевидение, онимы, гемеронимы, малоформатные тексты, названия телепередач, синтаксические средства, экспрессивный синтаксис.*

DOI 10.34079/2226-3055-2019-12-20-246-254

Постановка проблемы. Одним из приоритетных направлений исследования современной лингвистики является изучение тенденций развития медиаязыка, лингвостилистических особенностей основных функционально-жанровых типов

медиатекстов, характерных для разных каналов распространения. Всё чаще объектом исследования языковедов становится телевизионное дискурсивное пространство, что объясняется значительным усилением роли телевидения в современном информационном обществе, превращением его в один из наиболее влиятельных медиаресурсов. Широкий спектр выразительных средств, используемых телевидением, требует их углубленного изучения и тщательного анализа. Особый интерес в этом отношении представляют названия телепередач, поскольку лингвистические средства в заголовочной позиции играют специфическую роль. Наименования телевизионных программ отличаются «своеобразным семантическим потенциалом, нестандартным оформлением и большим разнообразием номинативных составляющих» [3, с. 114]. Их изучение выходит за рамки ономастики. В связи с этим вполне закономерно наше внимание к структурно-синтаксической организации данных онимов. **Актуальность** такого исследования диктуется необходимостью описать своеобразие языка телевидения, дать детальный анализ особенностей использования в телевизионном пространстве различных лингвистических средств, в том числе и синтаксических.

Анализ актуальных исследований. Системное исследование языка телевизионного дискурса началось не так давно, поэтому степень изученности лингвистических средств телепублицистики в целом невелика. Существует лишь небольшое количество специальных работ, посвященных отдельным аспектам данной проблемы. Общее представление о проводимых исследованиях дают публикации Э. Багирова, Р. Барецкого, Г. Кузнецова, Ю. Оганесовой, В. Цвика, А. Юровского и др. Работы, в которых рассматриваются структурно-семантические и функциональные особенности наименований телепродукции, тоже немногочисленны. В центре внимания исследователей находятся такие проблемы, как определение сущности данных онимических единиц как языкового феномена (И. Крюкова, М. Сулейман, А. Суперанская, В. Супрун), мотивация, принципы и способы образования номинаций телевизионных передач (М. Торчинский, О. Федосова), анализ названий телепрограмм с точки зрения прагмалингвистики и лингвокультурологии (М. Дудникова, А. Харьковская) и др. Однако онимическое пространство телепублицистики остается недостаточно изученным. Не хватает, на наш взгляд, ономастических исследований, которые охватывали бы анализ номинативной парадигмы телевизионного дискурса с точки зрения ее структурной систематизации.

Цель статьи состоит в выявлении структурных особенностей названий телепередач, описании синтаксических приемов онимоупотребления в современном телевизионном дискурсе.

Изложение основного материала. Каждая телевизионная передача, как любой другой телепродукт, имеет свое индивидуальное название, которое является ее визитной карточкой, своеобразным связующим звеном между самой программой и зрительской аудиторией. Главная задача названия – привлечь внимание потенциального телезрителя, установить с ним контакт, создать эмоциональную расположенность, сформировать установку на просмотр телепередачи, оправдать ожидание-прогноз относительно ее содержания.

Структурная организация наименований телепрограмм детерминируется их лингвистическим статусом. В современной лингвистике место названий телепередач в системе языковых средств определяется по-разному. Большинство исследователей рассматривают данные онимы в ряду других имен собственных. Так, М. Сулейман относит эти единицы к разряду гемеронимов, охватывающих всю совокупность собственных имен средств массовой коммуникации: наименования периодических

печатных изданий (газет, журналов, информационных бюллетеней и др.), названия радиопередач, кинохроникальных программ и т. д. [8]. А. Суперанская считает, что «имена собственные органов периодической печати, телевизионных каналов и передач близки к названиям учреждений, поскольку за каждым подобным названием стоит группа людей, объединенных общностью идей, взглядов и издающих определенную печатную продукцию или выпускающих в эфир определенные телепрограммы» [9, с. 246].

И. Крюкова, подчеркивая, что гемеронимы выполняют не только информационную функцию, но и ярко выраженную рекламную функцию, причисляет данные онимические единицы к рекламным именам, рассматривая их наряду с такими именами собственными, как названия предприятий, фирм, товаров, мероприятий и др. [5, с. 139]. При этом автор среди специфических свойств, отличающих данные единицы от другой ономастической лексики, отмечает их недолговечность, обусловленную постоянными изменениями в жизни общества.

М. Торчинский собственные имена телепрограмм называет телевизионимами и рассматривает их как один из сегментов идеонимного поля, включающего имена собственные, связанные с духовной сферой человека (заглавия литературных произведений, газетные заголовки, названия произведений изобразительного искусства, наименования кинофильмов и т. п.) [10, с. 669].

Концептуально иным является подход, при котором заглавия, в том числе и названия телевизионных программ, квалифицируются как текстовые единицы малого формата (Н. М. Вахтель, М. С. Дудникова, Т. Ф. Каримова, Е. А. Трунова и др.). Так, по мнению Т. Ф. Каримовой, заглавие представляет собой особый, имеющий «предложенческую» сущность тип высказывания, неповторимый в иных коммуникативных условиях [4]. Считать названия телепередач единицами текстового порядка дают основание такие их типологические параметры, как смысловая и структурная целостность, коммуникативная установка, прагматическая достаточность, соотнесенность с экстралингвистической ситуацией и др.

Определяя специфику заглавий телепередач, М. Дудникова, наряду с общими характеристиками, свойственными любой текстовой единице, выделяет признаки, присущие собственно малоформатным текстам: небольшой объем, информационная недостаточность, компрессия, прагматическая функциональность особого рода и смысловая неоднозначность [2, с. 144].

Н. Вахтель, анализируя высказывания как единицы заголовочного микротекста, делает вывод, что заголовок, совмещая в себе признаки двух уровней функционирования языка (номинации и предикации), занимает промежуточное положение между словом и высказыванием [1]. Таким образом, особый синтаксический статус названий телепередач обусловлен органичным сочетанием номинативных и коммуникативных свойств.

В телевизионном дискурсе самой распространенной, по наблюдениям М. Дудниковой, является косвенно-идентифицирующая номинация, особенность которой состоит в том, что «косвенно-идентифицирующее имя обращено к реципиенту не посредством слов-единиц, специально приспособленных для наименования, а путем использования словосочетаний, высказываний-предложений, которые косвенно указывают на именуемый объект» [3, с. 115].

Разнообразие функций названий телепередач заставляет их создателей искать более подходящие для их реализации формы, чтобы в сжатом, концентрированном виде передать содержание программы, ее тематику. Так, номинативная функция

способствует выбору именительного падежа существительного, которое отправляет к контексту передачи, называет ее тему, идею, концепцию, главное действующее лицо, ведущего и т. п.: «Итоги» (Прямой); «Деньги» (1+1); «Здоровье» (11 канал); «Инсайдер» (ICTV); «Холостяк» (СТБ); «Контроль» (ТРК Украина); «Самооборона» (UA: Первый); «Стена», «Бацман» (112 Украина); «Лекторий» (4 канал); «Диктаторы» (24 канал); «Звёзды» (K2); «Биографии» (TV5) и др.

Иногда эту функцию выполняют заголовки, выраженные другими частями речи (субстантивированными прилагательными, числительными, местоимениями, наречиями): «Лучшие», «36,6» (11 канал); «Мы» (24 канал); «Наши» (D1); «Круче всех» (Интер); «Совместно» (UA: Первый); «Сегодня» (ТРК Украина); «Вдвоём», «Нормально» (7 канал); «Вовремя» (твFM); «Актуально» (Киев). Как правило, в заголовочной позиции используются слова, несущие основную смысловую нагрузку и являющиеся ключевыми для понимания содержания передачи.

Достаточно частотными являются и номинативные названия, представленные словосочетаниями во главе с существительным в именительном падеже. Структурная целостность таких наименований реализуется на основе грамматической связанности языковых единиц, образующих заглавия. В большинстве случаев компоненты названий телепередач объединяются подчинительной связью. Самую многочисленную группу среди них образуют онимы, элементы которых связаны согласованием:

а) с главным словом – нарицательным существительным: «Полезные подсказки» (TET); «Звездный путь» (ТРК Украина); «Большая фотоохота» (UA: Первый); «Женские разговоры» (Sirius); «Великие мечтатели» (Ероque); «Случайный свидетель» (НТН);

б) с собственным именем существительным в роли стержневого слова: «Мистическая Украина», «Бандитская Одесса» (Мега);

в) с субстантивированными лексическими единицами в роли главного слова: «Все свои» (Sirius); «Переломные 90-е» (НТН).

Не менее распространены и наименования с управлением:

а) непосредственным, при котором форма зависимого слова не имеет предлога; большая часть заглавий данного типа строится по схеме существительное + существительное в Р. п.: «Правила выживания» (Интер); «Секреты музеев» (Ероque); «Вкусы культур», «Картины мира» (D1); «Эликсир молодости» (TV5); «Теория измены» (TET).

Частотны также конструкции, построенные по модели числительное + существительное в Р. п.: «52 уикенда» (UA: Первый); «44 минуты» (4 канал); «100 чудес света» (Ероque); «Шесть соток» (Интер); «Четыре свадьбы» (TET). Зафиксированы и другие модели с беспредложным управлением, но они единичны, например: «Обманутые наукой» (Сигма); «Стоп коррупции» (5 канал); «7 Я» (7 канал);

б) предложным, когда управление осуществляется с помощью предлога: «Дневники для родителей» (СТС); «Дом на зависть всем» (K2); «Любовь на выживание» (Новый канал); «Сказка с папой» (Плюс Плюс); «Рыбалка с дядей Фёдором» (Трофей). Часто встречаются и предложные конструкции с антропонимами в Тв. п., называющими имена и фамилии телеведущих: «Прямой эфир со Светланой Орловой» (Прямой); «#Музlove с Любой Морозовой» (UA: Первый).

Названия с примыканием немногочисленны. Как правило, примыкающий компонент выражен наречием: «Лайфхак по-украински» (UA: Сумы); «Женидьба вслепую», «Мир наизнанку» (1+1), реже – инфинитивом или неизменяемым прилагательным: «Право знать», «Вести on-line» (Глас); «Стенд-ап шоу» (Новый канал).

Отмечены также осложнения назывных конструкций определениями, выраженными причастными оборотами: «*Сердце, отданное детям*» (7 канал); «*Погода, изменившая ход истории*» (Viasat History).

Анализ названий телепередач показал, что номинативная конструкция, т. е. имя существительное в именительном падеже или словосочетание со стержневым словом в этой форме является самым распространенным типом данных онимов. Такие наименования характеризуются информативной насыщенностью, обобщенной семантикой, максимальной понятийной нагруженностью.

В последнее время в качестве заголовков нередко выступают свободные синтаксемы – неуправляемые падежные и предложно-падежные формы имени существительного, являющиеся самостоятельными семантико-синтаксическими единицами, которые могут употребляться вне рамок словосочетания: «*Своими глазами*» (Интер); «*На посту*» (7 канал); «*В мужском стиле*» (Маххі TV) и др. Это свидетельствует о том, что в названиях телепередач находят отражение тенденции, характерные для литературного языка на данном этапе его развития. Наиболее активны в заголовочной позиции синтаксические формы предложного падежа с предлогом *в* или *на* со значением ситуатива: «*В кадре*» (Zoom); «*В поисках истины*» (Ероque); «*В стиле женщины*» (Маххі TV); «*На колесах*» (Sirius); творительного падежа с предлогом *под* со значением локатива: «*Под знаком зодиака*» (Ностальгия); «*Однажды под Полтавой*» (ТЕТ); предложного падежа с предлогом *о* с делиберативным значением: «*О войске*» (5 канал); «*О самом главном*» (Интер); винительного падежа с предлогом *на*: «*На троих*» (ICTV); «*На первый взгляд*» (СТС).

Намного реже наблюдаются названия телепрограмм, компоненты которых составляют сочиненный ряд: «*Искусство и время*» (СТС); «*IT и люди*», «*Предательство или победа*» (Brain TV); «*Охотник и добыча*» (Мега); «*Добро и зло*» (Маххі TV); «*Человек и право*» (Espresso TV); «*Мия и я*» (Пиксель); «*Взвешенные и счастливые*» (СТБ); «*Просто и вкусно*» (D1); «*Хи и Ха*» (Zoom); «*До и после...*» (Ностальгия). Как видно из примеров, в подобных онимах употребляются разные части речи (существительные, местоимения, субстантивированные слова, наречия, предлоги и др.).

Значительный сегмент онимического пространства теледискурса составляют односоставные предложения глагольного типа. Чаще всего встречаются определенно-личные предложения, где всё внимание сосредоточено на действии: «*Люблю готовить*», «*Готовим вместе*» (Интер); «*Верю – не верю*» (К 1); «*Сообщаем*», «*Иду на Ты*» (TV5); «*Пишем историю*» (Ероque); «*Говорим по-польски*» (Аверс); «*Будем жить*» (5 канал), а также инфинитивные конструкции, обладающие богатой палитрой косвенно выраженных модальных значений (долженствования, желательности, возможности, просьбы, совета и т. п.): «*Выжить в Украине*» (D1); «*Смотреть всем!*» (TV5); «*Как смотреть кино?*» (UA: Первый); «*Осушить океан*» (National Geographic); «*Мыслить как преступник*» (FOX). В меньшей степени представлены неопределенно-личные предложения («*Следствие вели ... с Леонидом Каневским*» (Интер); «*Как строили замки*» (Мега) и др.) и безличные конструкции («*Сделано из вторсырья*» (Discovery); «*Касается каждого*» (Интер) и др.).

Довольно часто синтаксическая структура телевизионимов соответствует двусоставному предложению: «*Я стесняюсь своего тела*» (Оце); «*Всё будет хорошо*» (СТБ); «*Украина имеет талант*» (Оце); «*Есть повод!*» (Сигма); «*Говорит Украина*» (ТРК Украина); «*Мир ждет открытый*», «*Снимала мама*» (Плюс Плюс); «*Невозможное возможно*» (Наука); «*Гордон Рамзи готовит дома*» (K2). В таких

онимах отчетливо проявляється інформативна функція: називає інформують телезрителів про зміст передачі, її ідейний замысел.

Інтересним прийомом, привертальним увагу аудиторії, є використання в назвах недовгих речень: *«Начитала шоу»* (4 канал); *«Новості ... к дошці!»* (Прямий); *«Один за всіх»* (СТБ); *«Один за 100 годин»* (K2); *«Утро в мегаполісі»* (Київ); *«Аферисти в мережі»* (Новий канал); *«Вся правда про ваше здоров'я»* (Sirius); *«Всё о спорті»* (Аверс). Переважаюча частина прикладів у нашій вибірці – еліптичні речення. Такі назви яскраво демонструють дію в сучасному російському мові закону мовної економії. Вони сприяють концентрації уваги телезрителів на змісті передачі.

Складні речення як заголовочний комплекс зустрічаються в телебаченні рідко. Причиною низької частоти складних конструкцій у назвах передач є вимога лаконічності форми. Зафіксовано одне, побудоване за моделлю безсполучного складного речення: *«Улыбнитесь, вам это к лицу»* (Бігуді), а також кілька назв, що представляють собою складноподпорядковані речення з гранично короткою головною частиною: *«Там, де нас немає»* (Мега); *«Восемь днів, які створили Рим»* (Viasat History).

Особливу групу утворюють так звані осколючі конструкції, схожі за структурою з придатковою частиною складноподпорядкованого речення. Дані конструкції, хоча і не мають граматичних зв'язів, характерних для придаткових речень, здатні функціонувати як самостійні структурно-семантичні одиниці: *«Як працюють міста»* (UA: Перший); *«Коли ми вдома»* (Оце). Відсутність головної частини змушує глядача її відновлювати, додумувати. Такі ізольовані придаткові частини займають проміжне положення між простими і складними реченнями.

Як відзначалося в [7], синтаксичні засоби мають широкі можливості для реалізації основних функцій назв у телепросторі. Крім функціонально-стилістичного призначення, вони несуть ще й додаткову експресивну навантаження. Достатньо ілюстративні в цьому відношенні фігури експресивного синтаксису, включення яких у назву телебачачої передачі стимулює глядача до її перегляду за рахунок формування у нього інтелектуальної і експресивної реакції. «Інвентар фігур риторичного синтаксису, використовуваних у телепросторі, визначається сукупністю їх прагматики, в основі якої лежить здатність до експресивізації номінацій» [7, с. 307].

Зробити назву телепрограми яскравою, броскою допомагають вигукотвірні речення: *«Я зняв!»* (ICTV); *«О, спорт!»* (7 канал); *«Ми зможемо!»* (4 канал); *«Абзац!»* (Новий канал); *«Всё буде смачно!»* (Оце); *«Знай більше!»* (Аверс); *«Говоримо легко!»* (11 канал).

Стилістично значимими в назвах телепередач є і побудительні висловлювання, які мають своїм фокусом казуруване дієслово: *«Зміни свій світ»*, *«Сматруй всім»* (TV5); *«Путешествуй своєю»* (Espresso TV); *«Рисуй з Грибо»* (Піксель); *«Берегись автомобіля»*, *«Поговори про мене»* (11 канал); *«Зжди мене»* (Інтер); *«Да перебує з тобою риба»* (National Geographic). Такі номінації, цільова установка яких передбачає побудження до дії, безпосередньо звернені до адресату, тому їх часто називають «заголовками косвенного впливу».

В сучасному телепросторі в ролі заголовків часто виступають запитальні конструкції, які є засобом створення ефекту несподіваності, невизначеності, стимулюючого перегляд телебачачої

программы: «*Оно вам надо?*» (Sirius); «*Удивительно или нет?*» (Наука); «*Как это работает?*» (UA: Культура); «*Кто сверху?*» (Новый канал); «*Что могло пойти не так?*» (Discovery). Будучи непосредственно обращенными к телевизионной аудитории, вопросительные конструкции выполняют функцию привлечения внимания и функцию воздействия.

Особый интерес вызывают незаконченные по смыслу предложения, прерванные высказывания с многоточием, создающие напряженность, интригу, эффект недосказанности: «*А знаете ли вы, что...*» (К 1); «*Утро. Мы все ...*» (Прямой); «*В гостях у ...*» (Brain TV).

Используются в названиях телепередач и предложения, являющиеся выражением речевого этикета, или контактивы: «*Будьте здоровы*» (11 канал); «*Доброе утро, страна!*» (UA: Первый); «*Спокойной ночи, малыши!*» (Карусель). Подобные названия ориентируют на контакт с телезрителями, создают эмоциональный фон доброжелательности, искренности. Обращение к определенной аудитории придает таким онимам живость, экспрессивность, сближает со зрителем, позволяет ему ощутить свою сопричастность.

К группе экспрессивных синтаксических единиц отнесем и конструкции с прерыванием синтагматической цепочки, например с именительным темой: «*В. Басов. Бегун на длинные дистанции*» (Интер).

Близки к ним названия с подзаголовком, сужающим, конкретизирующим тему: «*Схемы: коррупция в деталях*» (UA: Первый); «*Миссия: красота*» (ТРК Украина); «*Актуально: экономика, политика, социум*» (5 канал); «*Холостяк. Как выйти замуж*» (СТБ). Широкое распространение подобных сегментированных структур в названиях телепрограмм обусловлено тенденцией к расчлененности высказывания, характерной для современного синтаксиса.

Выводы. Проведенное исследование структурной организации номинативной парадигмы теледискурса позволяет сделать вывод о том, что названия телевизионных передач отличаются разнообразием синтаксических средств и приемов, задействованных в номинации. Практически все синтаксические ресурсы, используемые в телевизионных программах, обладают значительным прагматическим потенциалом для реализации категорий информативности, экспрессивности и семантической адекватности, свойственных данным единицам. В онимическом пространстве телевизионного дискурса преобладают предельно лаконичные, простые в синтаксическом отношении конструкции. Развернутые названия представлены предикативными конструкциями разных типов, как простыми (двусоставными, односоставными, осложненными), так и сложными (или их частью). Использование таких синтаксических единиц гарантирует высокую информативность и очевидную прагматическую направленность заголовочного комплекса телепрограммы. Эти же стилистические задачи помогают решать и фигуры риторического синтаксиса.

Перспективы дальнейших исследований связаны с разработкой вопроса о динамике номинативной парадигмы названий телепередач в современном телевизионном дискурсе, закономерностях их структурно-функционального развития.

Список использованной литературы

1. Вахтель Н. М. Высказывание в позиции газетного заголовка : семантика и прагматика : дис. ... докт. филол. наук : спец. 10.02.01 / Наталия Михайловна Вахтель ; Воронеж. гос. ун-т. – Воронеж, 2005. – 270 с. ; Vakhtel N. M. Vyskazyvanie v pozitsii

gazetnogo zagolovka: semantika i pragmatika: dis. ... dokt. filol. nauk: spets. 10.02.01 / Nataliya Mikhaylovna Vakhtel; Voronezh. gos. un-t. – Voronezh, 2005. – 270 s.

2. Дудникова М. С. Заглавия англоязычных развлекательных телепередач в парадигме малоформатных текстов / М. С. Дудникова // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. – 2011. – Т. 13, № 2–1. – С. 143–147; Dudnikova M. S. Zaglaviya angloyazychnykh razvlekatelnykh teleperedach v paradigme maloformatnykh tekstov / M. S. Dudnikova // Izvestiya Samarskogo nauchnogo tsentra Rossiyskoy akademii nauk. – 2011. – Т. 13, № 2–1. – С. 143–147.

3. Дудникова М. С. Номинативные парадигмы в телевизионном дискурсивном пространстве (на материале названий англоязычных развлекательных телепередач) / М. С. Дудникова // Вестник Самарского государственного университета – 2006. – № 10–2. – С. 114–118; Dudnikova M. S. Nominativnye paradigmy v televizionnom diskursivnom prostranstve (na materiale nazvaniy angloyazychnykh razvlekatelnykh teleperedach) / M. S. Dudnikova // Vestnik Samarskogo gosudarstvennogo universiteta – 2006. – № 10–2. – С. 114–118.

4. Каримова Т. Ф. К вопросу о синтаксическом статусе заголовка / Т. Ф. Каримова // Проблемы сверхфразовых единств. Семантико-синтаксическая структура: межвуз. темат. сб. – Уфа: БГУ, 1985. – С. 46–49; Karimova T. F. K voprosu o sintaksicheskom statuse zagolovka / T. F. Karimova // Problemy sverkhfrazovykh edinstv. Semantiko-sintaksicheskaya struktura: mezhvuz. temat. sb. – Ufa: BGU, 1985. – С. 46–49.

5. Крюкова И. В. Прагматика онима: направления исследований и методика анализа / И. В. Крюкова // Известия Волгоградского государственного педагогического университета – 2016. – № 8 (62). – С. 39–143; Kryukova I. V. Pragmatika onima: napravleniya issledovaniy i metodika analiza / I. V. Kryukova // Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta – 2016. – № 8 (62). – С. 39–143.

6. Оганесова Ю. А. Выразительные средства телевизионных программ культурно-просветительской тематики: дис. ... канд. филол. наук / Юлия Артуровна Оганесова; Воронеж. гос. ун-т. – Воронеж, 2014. – 170 с.; Oganeseva Yu. A. Vyrazitelnye sredstva televizionnykh programm kulturno-prosvetitel'skoy tematiki: dis. ... kand. filol. nauk / Yuliya Arturovna Oganeseva; Voronezh. gos. un-t. – Voronezh, 2014. – 170 s.

7. Пахненко И. И. Средства реализации функционально-прагматического потенциала названий телевизионных передач / И. И. Пахненко, С. Г. Телетова // Вісник Маріупольського державного університету. Сер.: Філологія. – 2018. – Вип. 19. – С. 304–311; Pakhnenko Y. Y. Sredstva realizatsyy funktsyonalno-prahmatycheskoho potentsyala nazvaniy televizionnykh peredach / I. I. Pakhnenko, S. H. Teletova // Visnyk Mariupolskoho derzhavnoho universytetu. Ser.: Filolohiia. – 2018. – Vyp. 19. – С. 304–311.

8. Сулейман М. М. Место названий телепередач в системе имен собственных / М. М. Сулейман // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2016. – № 6 (110). – С. 125–130; Suleyman M. M. Mesto nazvaniy teleperedach v sisteme imen sobstvennykh / M. M. Suleyman // Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta. – 2016. – № 6 (110). – С. 125–130.

9. Суперанская А. В. Общая теория имени собственного / А. В. Суперанская. – 4-е изд. – Москва: Либроком, 2012. – 370 с.; Superanskaya A. V. Obshchaya teoriya

imeni sobstvennogo / A. V. Superanskaya. – 4-e izd. – Moskva : Librokom, 2012. – 370 s.

10. Торчинський М. М. Власні назви телепередач: структура, словотвір, мотивація / М. М. Торчинський // Записки з ономастики. – 2015. – Вип. 18. – С. 669–683 ;
Torchynskyi M. M. Vlasni nazvy teleperedach: struktura, slovotvir, motyvatsiia / М. М. Torchynskyi // Zapysky z onomastyky. – 2015. – Vyp. 18. – S. 669–683.

Стаття поступила в редакцію 03.05.2019.

I. Pakhnenko

S. Tielietova

SYNTACTIC STRUCTURE OF THE TITLES OF TELEVISION PROGRAMS

The article deals with different approaches to the definition of linguistic status of the titles of TV programs, which occupy a special place in the onomastic subsystem of language. It is noted that in modern linguistics dominates a point of view according to which these onyms belong to hemeronyms. However, television titles are qualified both as text units of small format and as units that are transitions between words and utterances. The special syntactic status of the titles of TV programs is due to an organic combination of nominative and communicative properties.

Analysis of the syntactic structure of television onyms has shown that in the onymic space of television discourse predominate extremely laconic, simple in syntactic relation constructions. The most common type of these onyms is nominative construction, i.e. noun in nominative case or word combination with the key word in this form. It is stated that lately, free syntaxemes – uncontrolled case and prepositional-case forms of nouns, which are independent semantic-syntactic units that can be used outside the word combination, often stand as titles. Much less frequently are used the titles of television programs, the components of which are linked by copulative coordination.

A significant segment of the onymic space of the TV discourse is predicative constructions of various types. The syntactic structure of the television onyms corresponds to two-member, one-member, incomplete sentences, sentences with complicating components. Complex sentences in the function of title complex are rare in television onyms. A separate group includes the so-called fragmented constructions, similar in structure to the subordinate clause of complex sentences.

The article focuses on the fact that, in addition to functional stylistic purposes, syntactic means also carry an additional expressive load. In this regard, particular attention is paid to various rhetorical syntax figures that are often used in these onyms, and their role in the expression of the titles of television programs. Stylistically meaningful in TV nominations are exclamatory, imperative, interrogative sentences, unfinished constructions, interrupted utterances, expressions of language etiquette. The group of expressive syntactical units also includes structures with interruption of the syntagmatic chain.

It is concluded that most syntactic resources used in television onyms have a significant pragmatic potential for implementing categories of informativity, expressiveness, and semantic adequacy inherent in these units.

Key words: television, onyms, hemeronyms, titles of TV programs, small text, syntactic means, expressive syntax.