

*Thus, the most common are background onyms that contribute to the effect of reliability, provide a portable image and intertextual information, configure the reader on an objective reading of the text.*

*The research prospects are seen in holistic characteristic of epigraphs as elements of another's speech in the structure of a literary text.*

**Key words:** *onyms, epigraph, intertextuality, quotation, function.*

*Надійшла до редакції 01.06.2015*

УДК 811.161.2:81'373.2

**М. М. Торчинський**

*доктор філологічних наук, професор,  
завідувач кафедри української філології  
Хмельницького національного університету  
e-mail: mina@ukr.net*

## **ВЛАСНІ НАЗВИ ТЕЛЕПЕРЕДАЧ: СТРУКТУРА, СЛОВТВІР, МОТИВАЦІЯ**

*У статті проаналізовано структуру, мотивацію, словотвір і семантику твірних основ власних назв телевізійних передач; частково доповнено або трансформовано денотатно-номінативну систематизацію цього класу онімів. Встановлено, що найбільш продуктивними є складені конструкції, утворені синтаксичним способом. В основі таких назв — переважно апелятиви (іменники у поєднанні з іншими іменниками, прикметниками, числівниками та дієсловами). У таких онімів переважає комбінована мотивація, елементом якої є сутнісна, асоціативна, локативна або темпоральна.*

**Ключові слова:** *власна назва телепередачі, структура, семантика твірної основи, спосіб словотворення, мотивація.*

Однією із характерних ознак ономастикону є його динаміка, що проявляється у різних аспектах: перейменуваннях, багатоваріантності пропріальних одиниць, створенні нових найменувань і втраті колишніх номінацій. Звичайно, це властиво далеко не всім онімним класів. Відносною стабільністю вирізняються насамперед антропоніми, міфоніми, топоніми і космоніми; водночас серед зоонімів,

ідеонімів, прагматонімів та ергонімів постійно появляються неологізми.

Ономастичні студії спрямовуються як на з'ясування диференційних особливостей давніх власних назв, що допомагає скласти об'єктивну мовну картину певного етносу чи їх сукупності, так і на аналіз сучасного номінаційного процесу, за допомогою якого визначаються усі його позитивні риси і недоліки, а зрештою — і прогноуються очікувані у майбутньому результати. Саме пропріативи окремих класів здатні надати для цього максимум інформації, на відміну від апелятивів, позбавлених такої можливості.

Об'єктом нашого дослідження є один із сегментів ідеонімного поля — телевізійніми, тобто власні назви (ВН) телевізійних передач (*«Хіт-парад дикої природи»*) [див.: 3, с.232].

**Актуальність теми** статті зумовлена відсутністю аналогічних досліджень у вітчизняному мовознавстві. Водночас найменування кінофільмів уже аналізували у кандидатських дисертаціях О. В. Книш [див.: 1] і Ю. М. Подимова [див.: 2]. Такі номінації займають значну частину ефірного часу у сучасному телепросторі, та й умови їх функціонування частково збігаються, тому окремі висновки стосовно характерних особливостей фільмонімів варто озвучити. Зокрема, зазначено, що найбільш поширеними є найменування фільмів, які вказують на їх головну дійову особу; продуктивними є і локативні, темпоральні і символічні номінації. Також розрізняються повно- і неповноінформативні пропріативи. Серед структурних типів насамперед виокремлено односкладні номінативні, означено-особові та інфінітивні речення, а також так звані уламкові і парцельовані конструкції [див.: 2, с.142–143].

Нами раніше було запропоновано кваліфікувати кіно-, теле-, концерто-, документо- й анімафільмоніми як ВН фільмів відповідно художніх (*«Аврора»*), художніх телевізійних, зокрема і телесеріалів (*«Сімнадцять миттєвостей весни»*), концертів (*«Жінка, яка співає»*), неігрових, так званих документальних (*«У пошуках чудовиська Лох-Нес»*) і мультиплікаційних (*«Ну, постривай!»*).

Слід також зауважити, що найменування серій у телефільмах (якщо вони є) окремо не ідентифікуються, оскільки вони не мають жодних відмінностей від інших фільмонімів. У складі документофільмонімів додатково можна виділити логосо- і публіцистикофільмо-

німи — ВН відповідно наукових, науково-популярних і навчальних фільмів («*Таємниці Ренесансу*») і телевізійних фільмів, знятих на актуальні теми («*Дні, що сколихнули світ*») [див.: 3, с.221].

Було зроблено і певні висновки стосовно визначальних атрибутів таких власних назв: «Фільмоніми є одними з небагатьох розрядів власних назв, де переважають складні синтаксичні конструкції (в основному словосполучення — як підрядні, так і сурядні), причому багато із запропонованих підвидів цих найменувань мають специфічні особливості, які стосуються їхньої будови, походження і функціонування» [3, с.221].

Гіпотетично це може стосуватися і в цілому власних назв телевізійних передач, що нам і потрібно встановити. Таким чином, основна *мета* нашої рузвідки — окреслити основні мотиви назвотворчості в сучасних умовах на матеріалі одного із підвидів ідеонімів.

Безпосередньо *об'єктом* дослідження є номінації усіх телепрограм, які протягом тижня (із 6 по 12 квітня 2015 року) трансливалися на 31 українському телеканалі (усіх провідних, а також окремих спеціалізованих, як-от: «Ентер-фільм», «Піксель», «Футбол» тощо).

Увага звертається насамперед на структуру, мотивацію, словотвір і семантику твірних основ таких пропріальних одиниць; частково доповнено або трансформовано денотатно-номінативну систематизацію цього класу власних назв. Ця типологія, відбиваючи сітку щоденного мовлення, може позиціонувати достовірну інформацію про політику певного телевізійного каналу.

Всього проаналізовано 7 866 найменувань телевізійних передач. Найбільше їх засвідчено протягом тижня у програмах таких інформаційних каналів, як «24» (946) і «П'ятий» (657), а також «Глас» (587); найменше — «СТБ» (100), «Новий» (118) і «2+2» (119).

За кількістю повторів такі номінації пропонуємо поділити на регулярні і нерегулярні. Останні засвідчені у телепрограмі лише один раз. Натомість серед онімів першого типу фіксуються телевізійніми редуплікаційні, коли передача або фільм транслиуються повторно без будь-яких змін, і циклічні, коли назва повторюється, проте зміст передачі щоразу інший. Такими є насамперед телеінформаційніми як ВН громадських, спортивних, музичних та інших новин; телекоментаріоніми як ВН більш розгорнутих оглядів нашого життя; телешоуніми як ВН розважальних програм, поєднаних певними атрибутами. Сюди

ж належать і телециклони́ми як ВН групи фільмів або інших програм (окремі з них теж можуть номінуватися), зміст яких щоразу інший.

Для зразка проаналізуємо тижневу програму телеканалу «1+1», яка складається із 190 передач. У ній 29 разів фіксується інформаційно-розважальна програма «Сніданок з «1+1», 42 — «ТСН» («Телевізійна служба новин»), 4 — «Чистопевс» і 3 — «ТСН-Тиждень». «Телемагазин» виходить в ефір 7 разів на тиждень, «Телевізійна служба розшуку дітей» — 3, «Чотири весілля 3» і «Сімейні мелодрами 5» — по 5 (як бачимо, іноді для фіксування циклічності телепередач використовуються числівник), а «Битва салонів» — 4. Мультсеріал «Маша і ведмідь» повторюється 9 разів на тиждень, а інші серіали — 32 (маються на увазі телесеріали «Ворожка», «Між нами, дівчатами», «Сліпа», «Терпкий смак кохання», «Next» та інші, причому окремі з них мають свої найменування). Таким чином, не дублюється лише 48 телевізійоні́вів, а коефіцієнт різноплановості (динамічності) тижневої програми становить 0,252.

Якщо ж взяти телевізійну програму, наприклад, за місяць, то циклічних найменувань буде зафіксовано ще більше — 18 («Голос країни», «Гроші», «Інспектор Фреймут 2», «Казкова Русь», «Маріччин кінозал», «Розсміши коміка», «Світське життя», «Шо? Де? Коли?» тощо). Власні назви циклу і окремої передачі мають 3 денотати: пізнавальна програма «Латинська Америка» у циклі «Світ навиворіт» та художні фільми «У темряві» і «Час печалі ще не настав» під рубриками «Підпільна імперія» й «Аргумент-кіно»).

Також у тижневій програмі наявні 2 редуплікаційні програми («ТСН-Тиждень» і недільний повтор серіалу «Між нами, дівчатами») та 10 нерегулярних (кінофільми «Іван Васильович змінює професію», «Лицар смерті», «Янгол мимоволі» тощо). Безперечно, це можна вважати диференційною особливістю ВН телевізійних передач як різновиду гемероні́вів.

У цілому коефіцієнт динамічності телевізійоні́вів становить 0,2, а це означає, що лише 1 574 пропріальні одиниці аналізуватимуться за названими вище критеріями. Такий показник найвищий у телеканалів «Мега» (0,565), «Глас» (0,48) і «СТБ» (0,39), а найнижчий мають канали «24» (0,018), «Добро» (0,042) і «Бізнес» (0,049).

У телевізійних програмах більшості телеканалів (немає лише на 7) найбільш популярними є фільми: художні (170), анімаційні

(103) і так звані документальні(46), а також телесеріали (99), що в цілому становить 26,6 % від загальної кількості аналізованих пропріативів.

Структурна систематизація засвідчила домінування складених назв (69,4 %), насамперед підрядних словосполучень (38,5 %) таких моделей, як «іменник + іменник» («*Джентльмени удачі*», «*Ключі від неба*»), «іменник + прикметник» («*Діамантова рука*», «*Затяжний постріл*») та «іменник + числівник» («*11 друзів Оушена*», «*Тринадцятий воїн*»). Продуктивність сурядних словосполучень значно нижча (19,4 %: «*Красиві та амбіційні*», «*Оленка і виноград*»); ще менше словосполук (0,1 %: «*Під шкірою*»).

Прості номінації (28,2 %) представлені онімізованими апелювативами («*Пекло*», «*Спокута*») і трансонімізованими пропріальними одиницями («*Катя*», «*Одіссей*»).

Складних фільмонімів зафіксовано відносно небагато (2,4 %), проте лише окремі з них цілком відповідають усім критеріям, а насамперед — утворенням шляхом осново- або словоскладання («*Конан-варвар*») чи аббревіації («*Мультипландія*»), оскільки складну будову більшість із них мала ще раніше («*Фізрук*»).

По суті, усі названі вище структурні типи фільмонімів — це односкладні власне називні речення.

У ролі фільмонімів фіксуються й інші типи предикативних конструкцій, зокрема прості односкладні (1,5 %: «*Дихай зі мною*», «*Шукаю попутника*») і двоскладні (0,8 %: «*Іван Васильович змінює професію*», «*Час печалі ще не настав*»), а також складні речення (0,1 %: «*Місто, яке зрадили*»). Практикуються і подвійні назви, на зразок «*Індіана Джонс: У пошуках втраченого ковчега*» або «*Опери. Хроніка вбивчого відділу*» (їх 8,9 %).

Словотвірна структура фільмонімів є досить простою. Такі пропріальні одиниці переважно утворені лексико-семантичним способом (95,9 %), зокрема шляхом власне семантизації (23,2 %: «*Барбі*», «*Земля*»), плюралізації (3,3 %: «*Вороніни*», «*Маслюки*») і синтаксичним (69,4 %: «*Справа Артамонович*», «*Щербате лезо*»).

Морфологічний спосіб (4,1 %) представлений аббревіацією («*Мультисеріал*»), усіченням («*Універ*»), словоскладанням («*Саша Таня*»), префіксацією («*Суперколайдер*»), суфіксацією («*Смішарики*») і субстантивацією («*Призначений*»).

За семантикою твірних основ переважають відапелятивні деривати (69,1 %), здебільшого відіменникові (38,3 %: «*Ворожка*», «*Поза полем зору*»). Менш продуктивні (в межах 0,1 %) онімізовані прикметники («*Сліпа*»), дієслова («*Не вкради*»), дієприкметники («*Призначений*») і прислівники («*Довічно*»). Натомість часто трапляються комбіновані структури, на кшталт відіменниково-відприкметникових (11,2 %: «*Останнє вигнання диявола*», «*Попереднє розслідування*»), відіменниково-відчислівникових (4,5 %: «*Серця чотирьох*», «*Мент в законі -3*») та інших (14,7 %, як-от: «*Дихай зі мною*» — віддієслівно-відзайменникова назва; «*Довгий шлях додому*» — відіменниково-відприкметниково-відприслівникова; «*Моя прекрасна няня*» — відіменниково-відзайменниково-відприкметникова; «*Десять тисяч років до нашої ери*» — відчислівниково-відіменниково-відчислівникова і т. д.).

Відонімні номінації (11,2 %) — це переважно вжиті у ролі фільмонімів антропоніми (6,7 %): як імена («*Руслан і Людмила*») чи прізвища («*Пирогов*»), так і антропоконструкції («*Богдан Хмельницький*»). Фіксуються й інші розряди власних назв (2,3 %): геортоніми («*Великдень*»), теоніми («*Іуда*»), зооніми («*Том і Джеррі*») тощо.

Різні класи пропріальних одиниць як твірна база фільмонімів трапляються епізодично (2,2 %: «*Зак і Кряк*» — антропонім і зоонім; «*Йосип з Назарета*» — антропонім і топонім; «*Наталка Полтавка*» — антропонім і катойконім).

Більшу продуктивність мають відапелятивно-відонімні конструкції (24,7 %), серед яких домінує модель «іменник + антропонім» (12,5 %: «*Академік Корольов*», «*Повернення Василя Бортникова*»). Фіксуються й інші похідні: «іменник + топонім» (2,5 %: «*Жах на вулиці В'язів*», «*Місто Лего*»), «іменник + зоонім» (1,9 % «*Комісар Рекс*», «*Свинка Пепта*»), «іменник + прагматонім» (0,9 : «*Привид замку Моррісвіль*», «*Томас і друзі*»). Можливі і більш складні утворення (6,9 %), на зразок відтопонімно-відіменниково-відзайменникового («*Вавилон нашої ери*») чи відіменниково-відприкметниково-відтопонімного («*Казки... казки... казки старого Арбату*»).

У складі фільмонімікону, у зв'язку з домінуванням складених номінацій, переважає комплексна мотивація («*Лінія Марти*» — сутнісно-асоціативна, «*Веселі хлоп'ята*» — квалітативно-асоціативна, «*Качині історії*» — сутнісно-квалітативна, «*Маленьке королівство Бена та Холлі*» — локативно-квалітативно-посесивна і т. д.).

Ситуативна мотивація, в якій паралельно конотується символічна, спостерігається в основному серед складених фільмонімів: як предикативних конструкцій («*Життя не може бути нудним!*»), так і словосполучень («*Принцеса на бобах*»); натомість серед простих ВН переважає сутнісна («*Синдикат*», «*Хрещення*»).

Підтверджено продуктивність асоціативно-персональних назв («*Віталка*», «*Гензель і Гретель*»), локативних («*Кухня*», «*У темряві*»), темпоральних («*День, коли вмер Христос*», «*У мирні дні*») і символічних («*Фантом*», «*Шосте відчуття*»), проте майже у кожному випадку можна конотувати елементи супровідних мотивацій іншого плану.

Диференційними особливостями окремих різновидів фільмонімів є: серед власне номінацій фільмів — найбільша різноплановість словотвору, структури, семантики і мотивації; серед назв телесеріалів — домінування асоціативно-персональних номінацій, які можуть ускладнюватися числівником, вказуючи на те, що це продовження улюбленої телеісторії; серед анімафільмонімів — висока продуктивність зоонімів у їх структурі, яка переважно є простою або складеною у вигляді двокomпонентних словосполучень; серед документофільмонімів — найвищий відсоток ускладнених структур.

Найбільш поширеними у програмах телеканалів є коментарі (780, що становить 49,5 %), що в основному мають суспільно-політичне (телепубліцистичними, яких 108, або 6,8 %: «*Велика політика*», «*Соціальний статус*») або пізнавальне (672, або 42,7 %, телелогосонімів: «*Дива природи*», «*Хотинська фортеця*») спрямування, які іноді можуть переплітатися, тому ми їх і розглядаємо воедино.

Можливе і групування таких передач за їх тематикою, найбільш популярними з яких є медична («*Здоровий спосіб життя від А до Я*», «*Індустрія здоров'я*»), педагогічна («*Школа Мері Поппінс*», «*Шоденник для батьків*»), релігійна («*Уроки богослов'я*», «*Церковна етика*»), науково-пізнавальна («*Таємниці пізнання*», «*Цікаве про цікаве*»), політична («*Право на владу*», «*Чорне дзеркало*»), історична («*День в історії*», «*Історія в іменах*»), географічна («*За сім морів*», «*Феєрія мандрів*»), спортивна («*Великий футбол*», «*Інстасі спорту*»), кримінальна («*Кримінал: великі таємниці*», «*Легенди бандитського Києва*»), бізнесова («*Історія бізнесу*», «*100 ідей для бізнесу*»), кулінарна («*Все буде смачно*», «*Люблю готувати*»); досить часто розповідається і про моду («*Гардероб навиліт*», «*Тенденції моди*»), шоу-бізнес («*Зіркове життя*»),

«Історія українського шоу-бізнесу»), упорядкування квартир («Курс інтер'єру», «Майстри ремонту»); окремі передачі призначені для малих дітей («Веселий рахунок», «ТІВІ Абетка»).

У складі телекоментаріонімів представлені всі структурні типи власних назв: прості (24,9 %: «Кумири», «Проща»), складні (9,7 %: «ІТ-бізнес», «Хронограф») і складені (65,4 %), зокрема словосполуки (3,1 %: «Без слів», «Про головне»), підрядні (46,9 %: «Генезис здоров'я», «Приватні фінанси») і сурядні (7,1 : «Злиття і поглинання», «Компанії і ринки») словосполучення та предикативні конструкції (8,3 %: «Ми любимо життя», «Слідство вели... з Леонідом Каневським»).

Прості номінації — це переважно онімізовані іменники (24,6 %: «Купаж», «Натхнення»), рідко — інші частини мови (0,3 %: «Вічне», «Дістало»).

Моделі, в основі яких — іменники, домінують і серед складних найменувань (9,6 %: «Бізнес-академія», «Дивосвіт»), назв-словосполук (3 %: «В кабінетах», «Крізь роки») та словосполучень, де вони поєднуються, знову ж таки, з іменниками (19,2 %: «Війна і мир», «Маєстро мода»), прикметниками (12,3 %: «Гаряча точка», «Громадянська позиція»), числівниками (2,5 %: «Десять заповідей», «Перша шпальта»), займенниками (0,1 %: «Моя земля», «Своя роль») і дієприкметниками (0,1 %: «Невигадані історії», «Підроблена історія»).

Інші частини мови або їх комбінації мотивують телекоментаріоніми значно рідше, і це особливо стосується онімів — композит, юкстапозит, словосполук і простих словосполучень (1,3 %: «Все моє», «На забудь» «Стоп-кадр»); натомість серед складних словосполучень (1,6 %: «Гаряча лінія «102» », «Сильні світу цього») і предикативних одиниць (6,3 %: «Ми разом», «Як ваше здоров'я») поєднання різних частин мови, як бачимо, фіксується досить часто.

Окремі телекоментаріоніми в ролі твірних компонентів використовують іншомовні лексеми або їх частини (0,5 %: «Double Ять», «Про Зікаве.иа», «Teep-клуб»), причому особливо «модною» є конструкція з «иа» («Книга. иа», «Скарб. иа»).

Оніми у складі власних назв телепередач цього типу фіксуються лише у поєднанні з апелятивами (18,6 %). Найбільш часто фігурують моделі «іменник + антропонім» (в основному це вказівка на диктора: «В гостях у Дмитра Гордона», «Свобода слова з Андрієм Куликовим») та «іменник (або прикметник) + топонім» (це, зокрема, хороніми: «Дика



Куба», «Крим. Реалії»; ойконіми: «Бандитська Одеса», «Святині Козельця» та інші: «Ранок у Шишкиному лісі», «У Лаврі над Бугом»; найбільш популярна власна назва — Україна: «Україна: забута історія», «Україна заповідна»), проте, на відміну від інших телекоментаріонімів, фіксуються і прагматоніми («Храм Іоанна Предтечі»), ідеоніми («Сторінки Євангелія»), космоніми («Загадки Всесвіту») та ергоніми («Журнал Ліги чемпіонів»). Досить багато і комбінованих відапелятивно-відонімних номінацій («Бог проти Диявола: остання битва» — відміфонімно-відіменниково-відприкметникова, «Духовні бесіди з професором О. І. Осиповим» — відіменниково-відприкметниково-відантропонімна, «Суботнє інтерв'ю з «Радіо Свобода» — відіменниково-відприкметниково-відергонімна, «Усні історії Майдану» — відіменниково-відприкметниково-відтопонімна назва).

Усі складені номінації утворені синтаксичним способом (65,3 %: «Діалог з Іскандером Хісамовим», «Святі і праведники ХХ століття», «Чи знаєте ви, що»), причому такі структури можуть бути результатом розриву твірного слова («Бар «Дак»») або запозичення іншомовних конструкцій («Pro et contra»). Інші різновиди лексико-семантичного виду — власне семантизація (23,7 %: «Люстрація», «Наголос»), плюралізація (0,6 %: «Гроші», «Лікарі»), універбація, тобто стягнення, усичення складених номінацій (0,3 %: «Країна У», «ПроART»).

Морфологічний різновид деривації менш продуктивний (10,1 %), і це префіксація (0,3 %: «Антизомбі», «Профутбол»), конверсія (0,3 %: «Одвічне», «Цікаво») і осново- та словоскладання (9,5 %: «Прес-огляд», «Технопарк», «Footbrazil»).

Мотивація телекоментаріонімів орієнтована на виокремлення якоїсь деталі у назві, здатної привернути увагу глядача, тому досить поширені символічні («Калинові мости», «Машина часу», «Місце під сонцем»), апотропейні («Все буде добре», «Нехай щастить») та сутнісні («Казки та історії») пропріальні одиниці, причому останні переважно мають ускладнений мотив: сутнісно-локативний («Все про кіно на НЛО», «Українські сенсації»), сутнісно-квалітативний («Йога для жінок», «Столичні таємниці»), сутнісно-асоціативний (в основному орієнтований на персоналії: «Підсумки з Віталієм Портниковим та Миколою Вереснем», «Схеми з Наталією Седлецькою») тощо.

Досить часто передачі певного спрямування об'єднуються у блоки, назви яких теж вводяться у програми, і таким чином телекомен-

таріоніми автоматично стають складеними номінаціями (наприклад, на телеканалі «Мега» під рубрикою *«Дивовижний Всесвіт»* протягом тижня глядачам запропонували 4 програми з індивідуальними назвами: *«Доля»*, *«Зоряний пил»*, *«Падіння»* і *«Посланці»*).

Слід уточнити, що у цикли об'єднуються не лише телепередачі, а й фільми, які демонструються, наприклад, у рубриках *«Кінофайли»* чи *«Прем'єра»*.

Всього телециклонімів зафіксовано 105 (6,7 %), і більшість із них має не надто розгорнуту структуру: це або одиничні іменники (*«Автограф»*, *«Трапеза»*), і тоді спосіб творення таких онімів — власне семантизація, або іменниково-іменникові (*«Правила життя»*, *«Скарби зі звалища»*) чи іменниково-прикметникові (*«Містична Україна»*, *«Речовий доказ»*) словосполучення, утворені синтаксичним способом. Мотивація таких пропріальних одиниць — переважно сутнісна (*«Праведник»*), локативна (*«Світ на Першому»*), апотропейна (*«Відкрий для себе Україну»*), асоціативна (*«Секретні території»*) тощо, однак однозначності у з'ясуванні її природи немає, що пов'язано як з багатоплановістю семантики, так і ускладненням структури.

Більш простими є телеінформаціоніми, яких зафіксовано 137, що становить 8,7 %. Найбільший спектр таких передач пропонують «Перший національний», «П'ятий канал», «Перший діловий», «24», «ТБІ», «Експресо ТВ», «Київ», «УТР». Звичайно, зміст інформаційних випусків у них різний, однак в цілому можна виокремити комплексні новини дня (*«День»*, *«Свідок»*) та тижня (*«Підсумки тижня»*, *«Подорож тижня»*), спортивні (*«Україна спортивна»*, *«Час спорту»*), бізнесові (*«Діловий світ»*, *«Міжнародна економіка»*), метеорологічні (*«Погода»*, *«Погода на курортах»*) та інші інформації (*«Кримінальні новини»*, *«Православний вісник»*, *«Служба розшуку дітей»*).

Майже порівну зафіксовано простих (29,3 %: *«День»*, *«Сьогодні»*), складних (31,4 %: *«Бізнес-час»*, *«Спецкор»*) і складених (39,3 %: *«Головний свідок»*, *«Час. Підсумки тижня з Віталієм Гайдукевичем»*) пропріальних одиниць.

Більшість таких номінацій мотивована апелятивами (78,5 %): як одиничними іменниками (21,3 %: *«Репортер»*, *«Спорт»*) та прислівниками (1,9 %: *«Сьогодні»*), так і словосполученнями (55,3 %), серед яких домінують моделі «іменник + іменник» (*«Бізнес-ранок»*, *«Огляд преси»*), «іменник + прикметник» (*«Ранковий свідок»*, *«Приватні но-*

вини»), «прислівник + прислівник» («Сьогодні. Актуально») та інші («Новини звідусіль», «Сьогодні про головне»).

Решта телеінформаціонімів — це відапелятивно-віонімні деривати (21,5 %), зокрема поєднання іменників (переважно — разом з іншими частинами мови) з антропонімами («Надзвичайні новини з Костянтином Стогнієм», «Нічний телеекспрес з Наталкою Лятуринською»), топонімами («Ранок з Україною», «Світ: погляд з України») та іншими класами власних назв («Весті Кремля», «Новини Донбасу», «ТВІ News»).

Телеінформаціоніми, у порівнянні з фільмонімами, частіше утворюються морфологічним способом (33,3 %), зокрема шляхом абрєвіації (12,3 %: «ДжеДАІ», «СТН» ← «Столичні телевізійні новини»), осново- і словоскладання (19,1 %: «Автопілот-новини», «Спортрепортер», «Час-Тайм») та конверсії (1,9 %: «Актуально»).

Однак лексико-семантична деривація все одно переважає (66,7 %), а в її складі — власне семантизація (15,2 %: «Глянець», «Свідок»), плюралізація (12,2 %: «Подобиці», «Факти») та синтаксичний різновид (39,3 %: «Будь в курсі», «Миська варта»).

Мотивація простих телеінформаціонімів переважно є сутнісною («Погода», «Спорт»), іноді із символічною конотацією («Драйв», «Вікна-Новини», «Пульс»), або темпоральною («День», «Сьогодні»).

Ускладнення таких номінацій трансформує їх у сутнісно-темпоральні («Новини. Ранок», «Підсумки тижня»), сутнісно-локативні («Донбас. Реалії», «Погода в Україні») або сутнісно-квалітативні («Новини. Дайджест», «Факти. Спорт»).

Інші складні і складені номінації здебільшого теж мають комбіновану мотивацію, на зразок: «Ранок у великому місті» — темпорально-локально-квалітативну, «Вечірній телеекспрес з Василем Зимом та Дариною Бережновою» — сутнісно-темпорально-квалітативно-асоціативну.

Характерною особливістю телеінформаціонімів є введення до їх структури іншомовних елементів: як російсько- («ITого», «События недели»), так і англійськомовних («Breakfast Club», «Футбол news»).

До складу телешоунімів включено найменування розважальних програм (концертів, шоу, зокрема і соціально-політичних). Всього у програмах зафіксовано 101 така власна назва (6,4 %), і найбільше їх на телеканалах «1+1», «К1», «СТБ», «Інтер», «Новий канал», «Глас» і «Zoom».

Диференційною ознакою телешоунімів є незначна кількість простих (6 %: «Ревізор», «Столиця») і складних (7 %: «ДебатиPRO», «Кіноляпи») номінацій; натомість складені пропріальні одиниці досить різнопланові: це словосполучки (2 %: «Без рецепту»), сурядні (3 %: «Орел і решка») і підрядні (68 %: «Вечірка на мільйон», «Мокрий зорепад») словосполучення та предикативні конструкції (14 %: «Стосується кожного», «Я соромлюсь свого тіла»).

Як твірні основи переважно зафіксовані апелятиви: іменники (21 %: «Битва екстрасенсів», «Місце зустрічі») та їх поєднання із прикметниками (23 %: «Вдалил проект», «Судові справи»), числівниками (10 %: «Голос країни 5», «Серця трьох 2»), дієсловами (14 %: «Розсміши коміка», «Співай, як зірка») тощо (19 %: «Зайві 10 років», «Обережно, діти»).

Власні назви функціонують лише у складі комбінованих конструкцій (13 %: «Говорить Україна», «Педан-Притула шоу 2», «Привіт з Європи»).

Традиційно серед різновидів телевізійонімів найбільше назв утворено лексико-семантичним способом, зокрема синтаксичним (87 %: «Кохана, ми вбиваємо дітей», «Що? Де? Коли?»), власне семантизацією (3 %: «Ронін») та плуралізацією (1 %: «Диваки»). Решта пропріативів — результат аббревіації (4 %: «КВК») і складання (5 %: «Штраус-концерт»).

Домінування складених форм телешоунімів спричинило їх надзвичайно розгалужену мотиваційну палітру. Передусім це сутнісно-квалітативні («Анекдоти по-українськи», «Духовна музика»), сутнісно-локативні («Караоке на майдані», «Мелодії батьківської господи»), асоціативно-темпоральні («Вечір з Миколою Княжицьким», «Вечірній квартал») та інші оніми («100 % MTV», «Хати мажорів»). У цілому, на нашу думку, переважають ситуативні власні назви, які, проте, конотують асоціативні, темпоральні, локативні, символічні або інші відношення («Віра. Надія. Любов», «Крок до зірок», «Слідство ведуть екстрасенси», «Україна має талант»).

Серед телешоунімів досить часто фіксуються некодифіковані номінації, що зумовлено використанням росіянізмів («Жди мене», «Панаехало») та англіцизмів («Comedy women», «Open Space»).

Із-поміж телерепортажонімів (їх 74, що становить 0,5 %) практично без винятків побутують складені найменування, утворені синтаксичним способом, що мають сутнісно-квалітативну («Лотерея «Лото Забава»»), сутнісно-локативно-квалітативну («Європейський

покерний тур») або іншу мотивацію («Сходження Благодатного вогню у Храмі гробу господнього», «Сельта — Барселона. Чемпіонат Іспанії»). Передусім репортажі ведуться про спортивні події (зокрема у цей час — про бокс і футбол: «Буде бій. Бокс. Всесвітня серія WSB. «Українські отамани» — Алжирські пустельні яструби»; «Футбол. Чемпіонат України. 19-й тур. «Динамо» — «Зоря». Пряма трансляція»), церковні богослужіння («Трансляція Пасхального Богослужіння з Києво-Печерської Лаври») та розіграші лотерей («Лотерея «Мегалот»»). Найбільше телерепортажонімів засвідчено у програмах каналів «2 + 2», «Глас», «Перший національний» і «Футбол».

Інші телевізійні передачі (їх зафіксовано в межах 1,6 %) важко зарахувати до певної групи. Це, зокрема, телерекламоміми як сутнісні відапелятивні номінації: прості утворено шляхом власне семантизації («Афіша»), складні — словоскладання («Телемаркет», «Телеторгівля»), а складені — синтаксичним способом («Орел і решка. Шопінг», «Якісне життя»), причому продуктивні іншомовні вкраплення («Top shop»). Телеклерикалономіми є сутнісними складеними назвами, утвореними синтаксичним способом (молитви «Отче наш», «Царю Небесний»), як, зрештою, і «Гімн України» чи «Програма телепередач».

Таким чином, аналіз власних телевізійних передач засвідчив їх високу семантичну, структурну, словотвірну і мотиваційну різноплановість. Найбільш продуктивними є складені конструкції, утворені синтаксичним способом. В основі таких назв — переважно апелятиви (іменники у поєднанні з іншими іменниками, прикметниками, числівниками, рідше — пропріальними одиницями). У таких онімів переважає комбінована мотивація, елементом якої є сутнісна, асоціативна, локативна або темпоральна. Часто фіксується порушення правописних норм української мови.

Безперечно, аналіз таких пропріативів варто продовжити, адже для ґрунтовних висновків про вказані атрибути теленомінацій потрібен значний масив матеріалу. Імовірні відмінності матимуть найменування телепередач у будні і вихідні дні, у канікулярний час, у різні пори року, залежно від рангу телеканалу, його фінансових можливостей, тематичної спрямованості тощо. Особливе зацікавлення викликає трансформація телевізійонімів у період знищення гегемонії комуністичної ідеології і здобуття колишніми союзними республіками незалежності. Ці аспекти якраз і потребують подальшого вивчення.

### Список використаних джерел та літератури

1. Кныш Е. В. Лингвистический анализ наименований кинофильмов в русском языке : автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 — русский язык / Е. В. Кныш. — Одесса, 1992. — 17 с.
2. Подымова Ю. Н. Названия фильмов в структурно-семантическом и функционально-прагматическом аспектах : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 — русский язык / Ю. Н. Подымова. — Майкоп, 2006. — 205 с.
3. Торчинський М. М. Структура онімного простору української мови : монографія / М. М. Торчинський. — Хмельницький : Авіст, 2008. — 550 с.

#### ***Торчинский М. Н.***

*доктор филологических наук, профессор,  
заведующий кафедрой украинской филологии  
Хмельницкого национального университета  
e-mail: mina@ukr.net*

#### **НАЗВАНИЯ ТЕЛЕПЕРЕДАЧ: СТРУКТУРА, СЛОВООБРАЗОВАНИЕ, МОТИВАЦИЯ**

##### ***Резюме***

*В статье проанализирована структура, мотивация, словообразование и семантика образующих основ названий телевизионных передач; частично дополнена или трансформирована денотатно-номинативная систематизация этого класса онимов. Определено наиболее продуктивные конструкции, которыми являются составные, образованные синтаксическим способом. В основе таких названий — преимущественно апелятивы (существительные в сочетании с другими существительными, прилагательными, числительными и глаголами). В таких онимов преобладает комбинированная мотивация, элементом которой является сущностная, ассоциативная, локативная или темпоральная.*

***Ключевые слова:*** название телепередачи, структура, семантика образующей основы, способ словообразования, мотивация.

*Torchynskyi M.*

*Doctor of Philological Sciences, Professor,  
Head of Ukrainian Philology Department  
Khmelnytsky National University  
e-mail: mina@ukr.net*

***PROPER NAMES OF TV PROGRAMS: STRUCTURE, WORD FORMATION, MOTIVATION***

***Abstract***

*The object of the study are proper names of TV programs. The background of the article is determined by the lack of similar studios in domestic philology.*

*The main aim of the article is to outline motifs of name creating in modern conditions on the basis of the material of one of the subspecies of ideonyms.*

*The object of the study is the nomination of all TV programs that were broadcasted on all 31 Ukrainian TV channels during the week (from 6 to 12 April 2015)/*

*Attention is drawn primarily to the structure, motivation, word formation and semantics of generating basics of such proper names. Such analysis can present accurate information about the policy of certain television channel.*

*The total number of TV programs that have been analyzed is 7866.*

*It was found that composed constructions formed in syntactic way are the most productive. In the basis of such names are mostly common nouns (noun combined with other nouns, adjectives and verbs).*

*In such onyms combined motivation is predominant, which elements are essential, associative, locative, temporal or symbolic.*

*The analysis of such proper names should be continued, because for solid conclusions about the specified attributes of telenominatsiy we need a large amount of material.*

***Key words:*** *proper name of TV programs, structure, semantics of generatrix basis, method of word formation, motivation.*

*Надійшла до редакції 01.06.2015*