

РОСІЙСЬКА МОВА

УДК 811.161.1'373:654.197

DOI <https://doi.org/10.32838/2663-6069/2020.3-1/11>

Пахненко И. И.

Сумской государственной педагогической университет имени А. С. Макаренко

Телетова С. Г.

Сумской государственной педагогической университет имени А. С. Макаренко

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЧИСЛИТЕЛЬНЫХ В ТЕЛЕВИЗИОННОМ ДИСКУРСЕ

У статті розглядається специфіка функціонування числівників у телевізійному дискурсі, аналізуються їх семантико-стилістичний і прагматичний потенціал, описуються синтагматичні умови, у яких спостерігаються досліджувані одиниці. Зазначається, що числівники активно використовуються в назвах телевізійних каналів і, відповідно, оформленні їх логотипів, які є важливим елементом іміджу телеканалів і слугують для їх ідентифікації на телеринку. При цьому числівники можуть мати цифрову фіксацію, що є поширеною загальносвітовою практикою неймінгу телевізійних каналів, особливо інформаційних. Констатується, що логотипи каналів, які містять числівники, певним чином мотивовані й можуть мати символічний характер. Включення компонентів з нумеральною семантикою в склад назви телеканалу перетворює телевізіонім на яскравий іміджевий засіб, що виконує експресивну, імпресивну та металінгвістичну функцію.

Установлено, що в процесі номінації телепродукції беруть участь числівники різних лексико-граматичних розрядів. Серед них більшість становлять кількісні. Найпоширенишим типом цих онімів є кількісно-іменні конструкції, що являють собою словосполучення зі стрижневим словом-числівником та іменником у родовому відмінку. Інколи спостерігається й ізольоване використання кількісних числівників, але його не можна назвати типовим. Продуктивним є також залучення до цих назв порядкових числівників, які поєднуються зі стрижневим компонентом узгодженням. Набагато рідше в телевізіонімах зустрічаються збірні й дробові числівники, останні представлені лише поодинокими прикладами.

Аналіз теленомінацій показав, що в онімичному просторі телевізійного дискурсу числівники виконують не тільки первинну функцію вказівки на абстрактне число, кількість або порядок при лічбі, а й прагматичну функцію, що полягає в забезпеченні експресивності телевізіоніма, привертанні уваги глядацької аудиторії, формуванні установки на подальший перегляд телепередачі.

Особлива увага приділяється характеристиці числівників як маркерів інтертекстуальності. Вони функціонують як універсальні прецедентні знаки, символічні числа, що вербалізуються числівниками, а також входять до складу прецедентних висловлювань.

З'ясовано, що в телевізіонімах можуть бути задіяні не тільки числівники, а і їх похідні. Відчислівникові деривати належать до різних частин мови: іменників, прикметників, прислівників.

Зроблено висновок, що, незважаючи на морфологічну відокремленість, замкненість та обмеженість кількісного складу, числівники широко використовуються в сучасному телепросторі, що пояснюється закладеним у них великим прагматичним потенціалом, економічністю вираження й здатністю передавати символічне значення.

Ключові слова: числівник, телевізійний дискурс, оніми, телевізіоніми, логотипи телеканалів, назви телепередач, прагматичний потенціал.

Постановка проблеми. Имена числительные являются типичным для всех языков и народов способом выражения понятия числа. С помощью нумеративных наименований не просто произво-

дились всякого рода исчисления, но и осуществлялось познание окружающего мира. «Человек стремится систематизировать действительность, найти в ней (или внести в нее свой) порядок.

Это условие его ориентации в пространстве и во времени, условие познания мира, условие жизнедеятельности в целом. Одной из форм систематизации мира является его количественное упорядочение» [5, с. 358].

В современной картине пользования языком достаточно четко прослеживается тенденция ко все большему употреблению чисел (и цифр как их субститутов). Такая активность в языке компонентов с количественно-числовой семантикой отражает моду на цифровые обозначения и количественные характеристики различных явлений действительности, ставшую «одной из определяющих черт нашего рационального, высокотехнологичного, информационного века... Число вторгается во все сферы жизни современного человека, в том числе в мир собственных имен, в языковое пространство» [7, с. 107].

Ономатолог А. К. Матвеев характеризует экспансию числа, свойственную современной эпохе, как «самый непредсказуемый по своим последствиям ономастический феномен» [4, с. 133]. В этом аспекте важным представляется изучение роли и места числительных в ономастиконе телевизионного дискурса, центральное место в котором занимают телевизионимы – собственные имена, являющиеся названиями телеканалов, программ, циклов передач, проектов и т. п. [10, с. 669]. Заметим, что обращение к этому типу дискурса само по себе представляет немалый интерес в связи с очевидным усилением роли телевидения в современном информационном обществе. Сказанное объясняет целесообразность и актуальность изучения особенностей использования имен числительных в ономастической практике телевидения.

Анализ последних исследований и публикаций. Имена числительные являются традиционным объектом лингвистических исследований. В разное время ученые рассматривали их как в синхронном (Л. Л. Буланин, В. В. Виноградов, М. Ф. Лукин, Г. И. Матвеева, И. Г. Милославский, А. Е. Супрун, А. Н. Тихонов, Л. Д. Чеснокова, Ю. И. Щербаков и др.), так и в диахроническом (Л. А. Булаховский, О. Ф. Жолобов, В. М. Марков, С. П. Обнорский, А. А. Шахматов и др.) аспектах. В лингвистике уже немало сделано для определения частеречного статуса числительных, описания их семантических и грамматических параметров, роли в языке и речи. Традиционное изучение данных лексем дополняется исследованием активных процессов в русской нумеральной системе, особенностей узувального склонения числитель-

ных, причин нарушения нормативных предписаний в их употреблении (М. Я. Гловинская, С. В. Полякова, С. В. Рябушкина, И. М. Старикова, Е. В. Щеникова и др.). Несмотря на большое количество наработок, исследование числительных не теряет актуальности. В последние годы внимание лингвистов привлекают аспекты, связанные с анализом функционирования нумеративов, выявлением их потенциальных возможностей в разных типах дискурса. Особый интерес в упомянутом контексте вызывает такая динамично развивающаяся сфера функционирования языка, как телевизионный дискурс, в онимическом пространстве которого компоненты с количественно-числовым значением составляют значительный сегмент.

Постановка задания. Цель настоящего исследования состоит в выявлении специфики функционирования числительных в телевизионном дискурсе, анализе их семантико-стилистического и прагматического потенциала, особенностей мотивации в телевизионимах.

Изложение основного материала. Числительные занимают особое положение в морфологической системе. Они представляют собой замкнутую группу слов, обладающих специфическими семантическими и грамматическими свойствами. В. В. Виноградов, говоря о своеобразии этого лексико-грамматического класса слов, отмечал, что «при наличии явных признаков самостоятельной грамматической категории современные русские имена числительные представляют довольно пеструю морфологическую картину» [2, с. 242]. Специфика числительного как части речи объясняется тем, что «в ее историческом формировании на базе одной из древнейших лексических групп более явственно, чем в других случаях, сказалось развитие мыслительной и языковой абстракции» [3, с. 3].

Числительные являются универсальным средством обозначения количества в его самом широком понимании. С. В. Рябушкина, анализируя семантику числительных (абстрактное число, количество предметов, порядковый номер предмета, неопределенное количество, культурный символ), подчеркивает, что «основанием для онимической номинации может стать любое из названных значений» [7, с. 108].

Традиция использования имен числительных в ономастическом пространстве телевизионного дискурса наметилась уже давно. Числительные активно используются в названиях телевизионных каналов и, соответственно, оформлении их логотипов, являющихся важнейшим элементом

имиджа телеканалов и служащих для их идентификации на телерынке. При этом наблюдается разнообразие вариантов структурного и графического представления: самостоятельное употребление числительного (*UA: Первый, 16/12*), количественно-именное сочетание (*365 дней ТВ*), сочетание порядкового числительного с существительным или прилагательным (*5 канал, 24 канал, Третий цифровой*), использование числительных-приложений (*Украина 24, Спорт 1, Футбол 2*), сочетание числительных с математическими знаками и другими символами (*5+, 7+, 100+, 360°*), «математизированные» выражения, напоминающие арифметические вычисления (*1+1, 2+2, 2x2, 7x7*), буквенно-цифровое сочетание (*K1, K2, D1*), сочетание числительных с аббревиатурами (*TV 1000, TV 5, СК 1*), сочетание числительных с лексическими единицами в латинской графике (*4ever Music*). Как правило, в названиях телеканалов числительные (и количественные, и порядковые) имеют цифровую фиксацию – арабскую, которая преобладает, или римскую. Логотипы некоторых телевизионных каналов передаются двойко (*TV-XXI* и *TV-21*).

Цифры являются одними из наиболее часто используемых элементов при создании названия и логотипа телеканалов, как общенациональных, так и региональных: *5 канал*, *7 канал* (Одесса), *9 канал* (Днепр), *11 канал*, *12 канал* (Луцк), *21 канал* (Ужгород), *33 канал* (Хмельницкий), *34 канал* (Днепр), *35 канал* (Николаев). Это связано с тем, что цифры универсальны и «интернациональны: они одинаково пишутся на разных языках» [9, с. 115]. Короткое название, содержащее цифру, просто звучит, легко читается и хорошо запоминается. А именно это является базовым критерием успешности названия. Показательно, что многие каналы, проводя ребрендинг, меняют «старое» название на «новое», включающее компонент с числовым значением. Так, канал *PRO ВСЕ* переформатировался из развлекательного в информационный, сменив название на *8 канал*. Переоформил логотип и телеканал *RTI*. Теперь он называется *4 канал*. Презентуя эту дефиницию, представители телекомпании пояснили, что название телеканала цифрой является общемировой практикой нейминга информационных каналов, а цифра *4* была свободной в украинском телевизионном пространстве. Интересно, что данное числительное встречается и в наименованиях некоторых телепрограмм канала: «*44 минуты*», «*Четвертая власть*», «*4К*», «*4есно*». В последнем примере наблюдается прием цифровыде-

ления, который заключается в замене первой буквы цифрой *4*. Языковая игра здесь основана на визуальном сходстве графического начертания буквы *Ч* и цифры *4*, а также частичном совпадении звучания части слова и цифры. Таким же образом оформлен и логотип канала *4ever Music*: цифра *4* заменяет часть английского слова *forever*, название переводится как «Музыка навсегда». Подобные инновации эффективно выполняют свою прагматическую задачу – обеспечивать экспрессивность телевизионима, привлекать внимание зрительской аудитории. Именно поэтому телевизионщики любят включать логотипы-числительные в названия телепрограмм (например, «*Завтрак с 1+1*» (1+1); «*День на 7-м*» (7 канал); «*Вечер на 8 канале*» (8 канал); «*112 Украина Live*» (112 Украина); «*Новости D1*» (D1); «*Уикенд на 12-м канале*» (12 канал); «*Осень на 33-м*» (33 канал)). Такой коммуникативный прием фокусирует внимание телезрителей на принадлежности передачи к определённому каналу, облегчает запоминание адресатом его названия, повышает «узнаваемость» в социуме, что немаловажно в условиях жесткой конкуренции телеканалов.

Анализ показал, что логотипы каналов, содержащие числительные, определённым образом мотивированы и могут иметь символический характер. Так, название *UA: Первый* символизирует первенство канала по времени начала вещания (пришёл на смену государственному каналу, который вещал с 1939 года под логотипами *УТ, УТ-1*) и по его статусу (это первый национальный телеканал). Включение в состав названия телевизионного канала числительного *первый*, подчёркивающего его уникальность и абсолютное превосходство, превращает телевизионим в яркое имиджевое средство, которое выполняет экспрессивную функцию, являясь визуальным сообщением о миссии, назначении телеканала, а также импрессионную функцию, оказывая воздействие на потенциального телезрителя: *Первый Западный, Первый Городской, Первый Автомобильный, Первый деловой, Первый вегетарианский, Первый Казацкий*. В подобных названиях, кроме количественного значения слова *первый*, актуализируются и его качественные значения «самый лучший», «самый ранний, впервые появившийся», «не существовавший ранее» [9, с. 104]. Логотипы *24 канал* и *36,6 TV* символизируют направленность телеканалов: *24 канал* – это первый в Украине круглосуточный канал новостей, *36,6 TV* – познавательный канал о здоровом образе жизни и позитивном мышлении. В этом случае можно

говорить о металингвистической функции логотипа, представляющего своеобразный информационный код, с помощью которого можно определить содержательную доминанту телевизионного конвента канала. Логотип *1+1* отражает слоган канала – «*Ты не один*», рассчитанный на эмоциональное восприятие телезрителя, который невольно ассоциирует себя с широкой телеаудиторией (здесь *один* семантически соотносится с прилагательным *одиноким*). Эта фирменная фраза, содержащая четкую концепцию канала, часто используется в его роликах, а также в названиях некоторых телепроектов («*25 лет. Ты не один*» – программа, посвященная 25-летию юбилею канала 1+1). Подобные наименования выполняют не только информационную, но и рекламную функцию.

Телеканалы, которые входят в один холдинг, могут иметь аналогичный логотип (2+2 – канал входит в медиаконгломерат «1+1 Media»). Каналы одинакового содержания с целью дифференциации используют в своих названиях числительные-приложения (*Футбол 1*, *Футбол 2*, *Футбол 3*; музыкальные каналы *M 1*, *M 2*; молодежные каналы *НЛО TV 1*, *НЛО TV 2*).

Телевизионимы, имеющие в составе числительные, в структурном отношении представляют собой, как правило, сочетания имён существительных с числительными разных разрядов:

– собственно количественными в цифровой и словесной форме («*4 свадьбы*» (ТЕТ), «*6 кадров*» (OstWest); «*Шесть соток*» (Интер); «*Факты недели. 100 минут*» (ICTV); «*52 уикенда*» (UA: Первый); «*180 градусов*» (33 канал); «*11000 км с Русланом Вериним*» (7 канал); «*Музейные загадки. 119 мумий и не только*» (Discovery)). Как правило, такие конструкции строятся по модели числительное + существительное в Р. п. В подобных случаях «числительное является опорным словом синтагмы, которое семантически раскрывается и распространяется посредством определения его именем существительным» [2, с. 252]. Реже встречается изолированное употребление числительных (телепроект «*7218*» (D1); «*316*» (33 канал)) и названия, включающие количественные числительные, не определяемые существительными: «*Один за всех*» (СТБ); «*До 36 и больше*» (36,6 TV); «*Улыбка на 1000000*» (8 канал); ток-шоу «*Больше двух*» (D1);

– порядковыми (телепередачи «*Первая полоса*» (UA: Первый); «*Первые леди*» (Еuroque); «*Четвёртая власть*» (4 канал); «*Пятая колонка*» (Прямой); «*Пятый угол. Развитие*» (Newsone);

«*Восьмое чувство*» (8 канал)). Элементы телевизионимов такого типа обычно связаны согласованием. В некоторых названиях телепередач субстантивированные порядковые числительные выступают в роли стержневого слова: «*Переломные 80-е*», «*Крутые 90-е*» (НТН); «*Нью-Йорк. Ревущие 20-е*» (OstWest));

– собирательными (например, фильм «*Пятеро друзей*» (К 1)). В отличие от собственно количественных числительных, которые в телевизионимах практически всегда используются в сочетании с именами существительными, собирательные числительные могут употребляться и без них (телепрограммы «*На троих*» (ICTV); «*Приключения на колесах. Пятое колесо на пятерых*» (Discovery); телесериал «*Двое в новом доме*» (СТБ). «Употребленные вне сочетания с существительным, собирательные числительные являются субстантивированными названиями совокупностей лиц» [Нов, с. 435];

– дробными («*36,6*» (11 канал); «*Высота 307,5*» (UA: Первый).

Как видим, в подобных номинациях преобладают собственно количественные числительные. Это связано с их способностью выражать значительно большее, чем другие разряды, количество смысловых оттенков: акцентирование внимания на количестве, информация о котором важна в каком-либо отношении, указание на большое или малое количество, характеристика явления через количество, эмфатическое значение и др. [11, с. 274]. Количественные числительные в большинстве случаев представлены цифрами, что обусловлено такими прагматическими установками, как привлечение внимания потенциального зрителя и экономия графических средств. Последняя связана с жанрово-обусловленной лапидарностью телевизионимов. Эта особенность объясняет цифровую фиксацию и порядковых числительных (спортивная программа «*Обзор 1-го игрового дня. Лига Наций УЕФА*» (Футбол 2), музыкальная передача «*Дисотека 80-х*» (НТН), художественный фильм «*13 район*» (Еврокино). В первых двух примерах после цифр используются буквенные наращивания.

Кроме первичной функции указания на количество и порядок при счёте, числительные в телевизионимах выполняют и прагматическую функцию. Они привлекают внимание зрителя, настраивают его на содержание программы. Использование компонентов с количественно-числовым значением в названиях телевизионных передач может служить целям создания «говорящей» номинации,

являющейся своеобразной «аннотацией» содержания программы. Так, например, на 24 канале выходят передачи, названия которых позволяют прогнозировать их тематику: «120/80» – научно-познавательная программа о здоровье, «Авто 24» (24 канал) – программа для автолюбителей, «Одна история» – короткое познавательное видео о важном мировом событии прошлого. Телепередача «Arts.21» (OstWest) рассказывает о ярких феноменах искусства XXI века, главных креативных трендах и культурных событиях сезона. Передает суть телепередачи и название «Четыре комнаты» (НЛО TV) – квест-шоу, в котором две «звездные» команды борются за победу, проходя испытания в четырёх разных комнатах: в первой комнате «Спорт» игроков ждет физическая нагрузка, во второй комнате «Логика» они должны решить интеллектуальную задачу, в третьей комнате «Страх» – продемонстрировать преодоление различных фобий и, наконец, на четвертом этапе в квест-комнате показать командную работу.

В этом контексте обращают на себя внимание случаи, когда нумеральные компоненты могут приобретать в номинациях теле- и кинопродукции символическое значение. Так, в фильме «11-11-11» главного героя писателя Дж. Кроуна буквально преследует число 11. Он приходит к выводу, что 11.11.2011 человечество ждет пришествие дьявола.

В названиях исторических, спортивных телепередач, документальных фильмов нередко встречаются числительные, обозначающие конкретные даты или входящие в дефиниции исторических событий («*Решающие битвы Второй мировой войны*» (5 канал); цикл передач «*1946–1960 с Леонидом Парфеновым*» (OstWest), каждая из которых посвящена описанию событий одного года и, соответственно, так и называется «1946», «1947» и т. д.). Числительное-дата может выступать в роли второго, уточняющего, названия, указывающего на содержание отдельной серии документального сериала («*Даты, вошедшие в историю. 6 августа 1945: Хиросима*», «*Даты, вошедшие в историю. 3 апреля 33 года: распятие Христа*» (History)). В «спортивных» онимах числительные со значением даты часто заключаются в скобки: «*Финалы Лиги чемпионов (2008–2014)*» (Футбол 2); «*Дания – Бельгия (1984). Д/с «Классика Евро»*» (Футбол 1).

В телепространстве продуктивными являются конструкции с постпозитивными количественными числительными в начальной форме, иллюстрирующие процесс закрепления имени-

тельного падежа в позициях, ранее свойственных только косвенным падежам: «*Земля 2050*» (Мега); «*Национальный отбор. Евровидение 2020*» (СТБ); «*Смон-10*» (ICTV); *BLOG 360* (Апостроф TV); «*Global 3000*» (OstWest); «*Студия 112*» (112 Украина); «*O-20*» (OTV). В подобных конструкциях явно утрачиваются формальные синтаксические связи (падежные окончания, предлоги), что свидетельствует о внедрении в морфологическую систему элементов аналитизма. «Зависимость такой формы поддерживается порядком слов и линейной контактностью расположения» [1, с. 216]. Тенденция к несклоняемости числительных в зависимых синтаксических позициях обнаруживается и в конструкциях, указывающих на номер определённой реаллии (телесериал «*Отдел 44*»; кинофильм «*Дело 39*»). Лаконизм и выразительность конструкций с неизменяемыми формами количественных числительных способствует их закреплению и широкому употреблению в телевизионимах («*Ток-шоу № 1 с В. Головановым*» (Украина 24); «*Дело № 33*» (33 канал); «*Nature № 14. Коралловый риф: удивительные подводные миры*» (OstWest)).

Функцией привлечения внимания зрителя, стремлением к выразительности и экономии графических средств объясняется изолированное, без вербального компонента, употребление числительных в качестве названий телепродукта, например: ток-шоу «*13.00*», «*15.00*», «*17.00*», «*19.00*» (ZIK) – числительные обозначают время выхода передачи в эфир; французский фильм-драма «*1+1*» (TV 1000) – оним лаконично отражает содержание фильма, в котором повествуется о судьбе богатого аристократа, пострадавшего в результате несчастного случая и нанявшего в помощники недавнего заключённого, которому удаётся привнести в размеренную жизнь прикованного к инвалидному креслу богача дух приключений; художественный фильм «*Три плюс два*» – название указывает на количество действующих лиц (трое молодых людей и две девушки).

Числительные способны обладать ассоциативным потенциалом и реализовать интертекстуальность [6]. В анализируемых онимах они могут функционировать как:

– универсально-прецедентные знаки, известные широкой аудитории (т/с «*911*» (FOX): 911 – телефон службы экстренной помощи в разных странах); «*9/11: Пожарная бригада в эпицентре*» (National Geographic): 9/11 – сокращенное название терактов 11 сентября 2001 года в Нью-Йорке);

– символические числа («Панорама 360°. Объект всемирного наследия. Венеция» (National Geographic): 360° – символ, вызывающий ассоциацию с Землей, форма которой подобна сфере);

– прецедентные числа-даты («Берлин 1945» (History): 1945 – год окончания Второй мировой войны);

– отсылка к культурным феноменам («Три сестры» (Zoom): название вызывает ассоциацию с хрестоматийной пьесой А. Чехова, которая уже больше ста лет пользуется неизменным успехом у зрителя);

– прецедентные выражения, в состав которых входят имена числительные (скетч-шоу «На троих» (ICTV): теленоминацию образует усеченный вариант известного выражения *сообразить на троих*; «7 чудес Украины»: название цикла телепрограмм, рассказывающих об историко-архитектурных объектах Украины, представляет собой трансформированный вариант устойчивого оборота *семь чудес света*, которым обозначают архитектурные шедевры древности, поразившие современников своей грандиозностью. Выбор этого числа связан с древнейшими представлениями о его совершенстве: число 7 считалось в античную эпоху священным. В образной речи, как известно, одним из *семи чудес света* называют что-либо замечательное, великолепное. По этой же модели созданы и названия новых телевизионных проектов «7 природных чудес Украины» и «7 исторических чудес Украины», в которых речь идет о самых удивительных живописных уголках и исторических местах нашей страны).

Имена числительные могут помочь потенциальному зрителю сориентироваться в телепространстве. Так, числительные-цифры, входящие в оном, указывают на номер сезона телесериала («На твоей стороне 2»; «Выходите без звонка 3»; «Пёс 5») или программы («МастерШеф 8» (СТБ); «Страна У 2.0» (ТЕТ)), а также на продолжение художественного фильма («Перевозчик 3»). Числительные со знаком плюс, заключённые в скобки и стоящие в постпозиции по отношению к оному, но не входящие в него, очерчивают возраст аудитории, которой адресован телепродукт («Колесо чудес» (16+), «Простая просьба» (18+) (TV 100)). Указанная графическая конструкция может представлять собой и название программы. При этом математический символ имеет разную форму –

знаковую или словесную, например: «17+» (ТЕТ); «14-плюс» (Глас).

И в заключение отметим, что в телевизионных довольно часто используются производные от числительных языковые единицы разной частеречной принадлежности:

– имена существительные («Великолепная четвёрка» (ZIK); «Невероятные бассейны: Пятёрка лучших» (Animal Planet); «Летопись столетий» (OstWest));

– имена прилагательные («Двойной портрет» (Совершенно секретно); «Авто-SOS. 7-дневное испытание» (National Geographic));

– наречия («Ничто не случается дважды» (СТБ); «Вдовоём» (7 канал)).

Выводы и предложения. Проведенное исследование показало, что, несмотря на свою морфологическую обособленность, замкнутость и ограниченность количественного состава, числительные широко используются в современном телепространстве, что объясняется заложенным в них огромным прагматическим потенциалом, экономичностью выражения и способностью передавать символическое значение. Имена числительные представлены как в логотипах каналов, так и в названиях телевизионных проектов, программ, телесериалов, художественных фильмов. Анализ телевизионимов позволил выделить следующие функциональные особенности использующихся в них числительных: двоякая фиксация (цифровая и вербальная); преобладание количественных числительных, как в изолированном употреблении, так и в сочетаниях; разнообразие структуры и вариантов графического оформления логотипов и названий телепрограмм, в которых задействованы компоненты с количественно-числовым значением; использование нумеративов в качестве «говорящих» номинаций и др. Числительные обеспечивают экспрессивность названий, привлекают внимание телезрителя, помогают ему сориентироваться в телепространстве.

Анализ функционально-прагматической нагрузки числительных на материале других типов дискурса (художественного, рекламного, радиодискурса и т. д.) открывает широкие перспективы для сравнительно-типологических исследований способов лингвокреативной репрезентации категории количества, своеобразия концептуализации данного класса слов в разных модусах и жанрах.

Список литературы:

1. Валгина Н. С. Активные процессы в современном русском языке. Москва : Логос, 2001. 304 с.
2. Виноградов В. В. Русский язык (Грамматическое учение о слове) / под ред. Г. А. Золотовой. 4-е изд. Москва : Рус. яз., 2001. 720 с.
3. Дьячкова И. Н. Имена числительные: состав, структура и функционирование в русском литературном языке XVIII века : автореф. дисс. ... канд. филол. наук : 10.02.01. Санкт-Петербург, 2009. 23 с.
4. Матвеев А. К. Эволюционные процессы в ономастике. *Вопросы ономастики*. 2008. № 6. С. 130–136.
5. Норман Б. Ю. Наивно-математическая картина мира и ее отражение в языке. *Типологические обоснования в грамматике: К 70-летию В. С. Храковского*. Москва : Знак, 2004. С. 358–367.
6. Павлова І. А. Числівник у художньому тексті поетів-шістдесятників: структура, семантика, функції : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01. Харків, 2011. 22 с.
7. Рябушкина С. В. Имя числительное в ономастической практике. *Известия высших учебных заведений. Проблемы полиграфии и издательского дела*. 2010. № 6. С. 107–112.
8. Современный русский язык : учебник / Л. А. Новиков, Л. Г. Зубкова, В. В. Иванов и др. ; под общ. ред. Л. А. Новикова. Санкт-Петербург : Лань, 2001. 864 с.
9. Современный русский язык: Теория. Анализ языковых единиц : учебник : в 2 ч. Москва : Академия, 2008. Ч. 2 : Морфология. Синтаксис / В. В. Бабайцева, Н. А. Николина, Л. Д. Чеснокова и др. ; под ред. Е. И. Дибровой. 624 с.
10. Торчинський М. М. Власні назви телепередач: структура, словотвір, мотивація. *Записки з ономастики*. 2015. Вип. 18. С. 669–683.
11. Щеникова В. Е. Семантические аспекты варьирования количественных и собирательных числительных в современном русском языке. *Новые тенденции в русском языке начала XXI века* / под ред. Л. В. Рацибурской. Москва : Флинта: Наука, 2016. С. 222–278.

Pakhnenko I. I., Teletova S. G. PECULIARITIES OF NUMERALS FUNCTIONING IN TELEVISION DISCOURSE

The article considers the specifics of numerals functioning in television discourse, analyzes their semantic-stylistic and pragmatic potential, describes the syntagmatic conditions in which the studied units are observed. It is noted that numerals are actively used in the names of television channels and, accordingly, the design of their logos, which are an important element of the image of TV channels and serve to identify them in the TV market. In this case, the numerals may have a digital fixation, which is a common worldwide practice of naming television channels, especially information ones. It is stated that the logos of channels that contain numerals are motivated in some way and can be symbolic. The inclusion of numerals in the name of the TV channel turns the televisionym into a bright image tool that performs expressive, impressive and metalinguistic function.

It is established that numerals of different lexical and grammatical categories take part in the process of nomination of TV products. Among them, the vast majority are quantitative. The most common type of these onyms are quantitative-noun constructions, which are phrases with the core word-numeral and noun in the genitive case. Sometimes there is an isolated use of numerals, but it cannot be called typical. It is also productive to involve ordinal numerals in these names, which are combined with the core component by agreement. Collective and fractional numerals are much less common in televisionyms, the latter being represented only by single examples.

The analysis of telenominations has shown that in the onymic space of television discourse numerals perform not only the primary function of indicating an abstract number, quantity or order when counting, but also a pragmatic function, which is to ensure the expressiveness of television, attracting viewers, forming a setting for further watching of a TV program.

Particular attention is paid to the characterization of numerals as markers of intertextuality. They function as universal precedents, symbolic numbers verbalized by numerals, and are part of precedent statements.

It has been found that not only numerals but also their derivatives can be used in televisionyms. Numeral derivatives belong to different parts of speech: nouns, adjectives, adverbs.

It is concluded that, despite the morphological separation, isolation and limited quantitative composition, numerals are widely used in modern television space, due to their great pragmatic potential, economy of expression and ability to convey symbolic meaning.

Key words: numeral, television discourse, onyms, televisionyms, logos of television channels, titles of TV programs, pragmatic potential.