

Графічне оформлення іншомовних вкраплень, ужитих у романі «Крила кольору хмар» Дари Корній і Тали Владмирової, має свою специфіку: англійські лексеми відтворені українськими літерами, марковані курсивом, що привертає увагу читача, дає змогу зосередитися та подумати над виділеним, зрозуміти значення слів та їхній підтекст.

Буквений запис ґрунтований частково на фонетичному принципі, суть якого полягає в тому, що відповідно до нього точно зафіксовано фонетичний склад мови. Слово або його частину за фонетичним принципом відтворюють так, як його вимовляють у літературній мові. Основою для письма за фонетичним принципом є правильна літературна вимова – написання за ним відповідають літературній вимові. На письмі відповідними буквами позначають звук, склад чи слово, реально вимовлені, напр.: *Йес, на психолога (йес – так); Сенкс, хоча, певно, тобі краще казати «дякую» (сенкс – дякую).*

Зафіксовані іншомовні вкраплення демонструють і численні відхилення від фонетичного принципуй орієнтування на орфографію, напр.: *Знаєш, а я заздрила йоурс Ірочці (йоурс – твоїй); А тут – гьорл (гьорл – дівчина).* У наведених прикладах показовим є те, що в англійській мові звук [r] у таких словах, як *university, yours, girl*, не вимовляємо, тому було б доречніше графічно не передавати повну вимову, адже сприймання англійських лексем реципієнтом буде ускладнено, що в подальшому вплине на сприйняття прочитаного. Репрезентовано й лексеми, частково адаптовані до граматичного ладу української мови, напр.: *Адо, ти в юніверситі своєму навчаєшся, на психіатра... Так? (с. 28) (юніверситі – університет).*

Отже, іншомовні вкраплення, графічно відтворені кириличними літерами, уживають у сучасній українській прозі для привернення уваги читачів та надання слову або фразі емоційного забарвлення. Вони демонструють стиль спілкування сучасної молоді, є складником молодіжного сленгу. Вивчення іншомовних вкраплень важливе для кращого розуміння постмодерної прози, яка відтворює реалії сучасності та тяжіє до стилістичних ефектів.

Список використаних джерел:

1. Ажнюк Б. М. Англізми в сучасній українській, російській і чеській мовах / Б. М. Ажнюк. – Мовознавство. – 2008. – № 2–3. – С. 190–207.
2. Бороденко Л. Проблема запозичень у сучасній українській мові / Л. Бороденко // Лінгвістичні студії : зб. наук. праць. – Донецьк : ДонНУ, 2009. – Вип. 19. – С. 115–119.
3. Жлуктенко Ю. О. Мовні контакти. – К. : Видавництво Київського університету, 1966. – 135 с.
4. Кочан І. М. Системність, динаміка, кодифікація слів з міжнародними кореневими компонентами в сучасній українській мові : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра філол. наук : спец. 10.02.01 – українська мова / І. М. Кочан ; НАН України, Інститут української мови. – К., 2006. – 39 с.
5. Пономарів О. Д. Стилістика сучасної української мови : підручник / О. Д. Пономарів. – К. : Либідь, 1992. – 248 с.

Науковий керівник: д. філол. н., доцент Шитик Л. В.

В. С. Піддубний

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ПСЕВДОМОТИВАЦІЯ РОЗМОВНИХ НАЗВ АВТОМОБІЛІВ

Історія вивчення картини світу свідчить про те, що найціннішою скарбницею історії народу та його національної психології є номінативна система мови. Номінації найповніше передають національну своєрідність мовного членування світу, віддзеркалюють специфіку внутрішнього сприйняття навколишньої дійсності, досвід і культуру народу, його традиції.

Прагмоніми як специфічна категорія лексики перебувають у центрі уваги лінгвістів із кінця минулого століття. Деякі аспекти дослідження механізмів номінації транспортних засобів та функціонування лексем цієї лексико-семантичної групи проаналізовані багатьма лінгвістами (О. Васильєва [1], Н. Мельник [3], Р. Сердега [5], А. Янчишин [7; 8] та ін.).

Вивчення розмовних назв транспортних засобів відкриває реальні мотиваційні механізми суспільного та соціального світобачення народу, що характерно для різних етапів функціонування мови. Саме такий підхід засвідчує актуальність вивчення розмовних найменувань автомобілів у сучасній українській мові.

Мета статті полягає в дослідженні псевдомотивації розмовних назв автомобілів.

Розмовним найменуванням автомобілів притаманна псевдомотивація, «для якої характерний довільний зв'язок між значенням ономазіологічних ознак і змістом номінативної одиниці» [4, с. 485]. Псевдомотивацію не ототожнюють із немотивованими знаками, оскільки існує умовний формальний мотиватор. Отже, ономазіологічна ознака стає умовною, семантика її не впливає на формування значення нового слова. Дослідження засвідчило, що псевдомотивація від фонетичної мімікрії становить 14 (10 %), від власних імен – 11 (7 %), від зоолексемні утворення – 16 (11 %), від флоролексемні утворення – 2 (1 %), побутові предмети – 6 (45 %), продукти харчування – 4 (3 %), хвороби, бактерії – 3 (2 %).

Основна частина розмовних автонайменувань утворена за допомогою фонетичної мімікрії як здатності слова до наслідування [6, т. 4, с. 739], що заснована на частковому фонетичному збігові семантично не схожих іншомовних назв із загальноживаними словами, які являють собою назви понять об'єктивної реальності [2]. Часто цей процес спричинений установленням аналогії графічного образу іншомовного слова зі звуковим образом відповідного українського. Номінатив набуває нового значення, не пов'язаного з попередньою семантикою. Напр.: *Лего* – «Mitsubishi Legnum», *Беліберда* – «Nissan Bluebird», *Балда* – «Honda Ballada», *Кума* – «Chery Kimo», *Матрас* – «Hyundai Matrix», *Одеса* – «Honda Odyssey», *Партер* – «Hyundai Porter», *Премія* – «Toyota Premio», *Примус* – «Toyota Prius», *Саян* – «Porsche Cayenne», *Аудіо* – «Audi», *Керіес* – «Toyota Ceres», *Приблуда* – «Honda PRELUDE».

Тематичний вибір лексики, що є розмовним субституту офіційних назв автомобілів, зумовлений спробою людини вербалізувати навколишній світ, використовуючи найуживаніші лексеми.

Цікавим і своєрідним явищем у розмовному дискурсі є відантропонімна номінація автомобілів, вторинне позначення транспортних засобів через асоціацію з власним іменем людини (часто демінутивних форм). Такі номінації здебільшого позбавлені внутрішньої мотивації: *Люська* – «Toyota ESTIMA Lucida», *Веня* – «Toyota AVENSIS», *Петя* – «Chrysler PT», *Моня* – «Cruiser Ford Mondeo», *Тарас* – «Ford Taurus», *Вінні* – «Toyota WINDOM», *Боря* – «Volkswagen Bora» та ін.

Досить часто використовують упізнавані прецедентні назви, але сценарій їхнього використання, оскільки це псевдомотивація, не відповідає первинному сценарію: *Ленін* (В. Ульянов – революціонер) – «Toyota COROLLA Levin», *Аристон* (давньогрецький філософ-стоїк або відома італійська компанія Ariston) – «Toyota ARISTO», *Малевиц* (художник-авангардист) – «Mercedes ML», *Крюгер* (Фредді Крюгер – маньяк-убивця) – «Toyota CLUGER» та ін.

Із тематичною групою «людина» також пов'язана поява найменувань *Піжон* – «PEUGEOT», *Прадід* – «Toyota PRADO» тощо.

Досить поширеними в цій групі назв є відзоолексемні утворення: *Єнот* – «Nissan NOTE», *Корова* – «Toyota COROLLA», *Кошак* – «Nissan QASHQAI», *Сайра* – «Toyota SOARER». Від флоролексемні номінації переважно похідні від назв фруктів: *Слива* – «Nissan SILVIA», *Виноград* – «Nissan VINGROAD». Також трапляються номінації, в основі яких – назви побутових предметів: *Крісло* – «Toyota CRESTO», *Табурет* – «Volkswagen VW TUAREG», *Сервант* – «Honda CR-V». Досить продуктивним є утворення розмовних найменувань автомобілів від назв продуктів харчування: *Ескімо* – «Mitsubishi ECSIMO», *Омлет* – «Chery Amulet», *Кефір* – «Nissan Cefiro». У творенні власних назв автомобілів можуть брати участь слова на позначення хвороб, мікробів та бактерій, напр.: *Мікроб* – «Nissan MICRA», *Короста* – «Toyota COROLLA», *Астма* – «Opel ASTRA» та ін.

До розмовних назв автомобілів, для яких характерна псевдомотивація, зарахуємо онім *Хитрила* (Nissan X-Trail) – найменування виникло внаслідок прочитання *X-Trail* на кшталт українського слова.

Отже, псевдомотивація властива розмовним назвам автомобілів. Вона ґрунтована на фонетичній мімікрії як здатності слова до наслідування, можлива від власних імен, зоонімів, флоролексем, побутових предметів, продуктів харчування, назв хвороб, бактерій.

Список використаної літератури:

1. Васильєва О. Б. Метафора в автомобільній лексиці [Електронний ресурс] / О. Б. Васильєва. – Режим доступу : http://linguistics.kspu.edu/webfm_send.
2. Горбач О. Т. Арго в Україні / О. Т. Горбач. – Львів : Інститут українознавства ім. І. Крип'якевича, 2006. – 688 с.
3. Мельник Н. М. Вплив термінологічної системи на функціонування автомобільного сленгу [Електронний ресурс] / Н. М. Мельник. – Режим доступу : http://philology.knu.ua/files/library/lit_st/39-2/25.pdf.
4. Селиванова Е. А. Когнитивна ономасіологія : монографія / Е. А. Селиванова. – К. : Изд-во Фитосоціоцентр, 2000. – 248 с.
5. Сердега Р. Л. Назви традиційних сухопутних транспортних засобів у говірках Центральної Слобожанщини / Р. Л. Сердега // Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. Серія : Філологія. – Харків, 2008. – Вип. 53 (№ 798). – С. 42–45.
6. Словник української мови : в 11 тт. / АН УРСР. Інститут мовознавства ; за ред. І. К. Білодіда. – К. : Наукова думка, 1970–1980.
7. Янчишин А. Власні назви автомобілів у сленговому мовленні українців / А. Янчишин. – Режим доступу : <http://dspace.tnpu.edu.ua:8080/jspui/bitstream/123456789/8425/1/Yanchyshyn.pdf>.
8. Янчишин А. М. Власні назви промислових товарів: типологія, походження і функціонування : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.01 – українська мова / А. М. Янчишин ; Черкаський нац. ун-т імені Богдана Хмельницького. – Черкаси, 2019. – 19 с.

Науковий керівник: д. філол. н., доцент Шитик Л. В.

І. А. Таран

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ТЕНДЕНЦІЇ ЗАСВОЄННЯ НОВИХ ЗАПОЗИЧЕНЬ (НА МАТЕРІАЛІ УКРАЇНСЬКОЇ І ПОЛЬСЬКОЇ МОВ)

Суспільство створює всі умови для певних мовних змін і стимулює мовні процеси, що призводять до задоволення його нових потреб як у номінації, так і в комунікації. Лексичний склад мови дуже чутливий до тих змін, що відбуваються в житті творця й носія мови – народу. Саме тому всі зміни, які мають місце в житті суспільства, найбільш виразно віддзеркалюються в лексичній системі мови. Кожне нове суспільне явище, процес, дія, кожне нове поняття вимагає свого найменування, тобто означення конкретним словом [1, с. 62]. На початку ХХІст. всевітня мережа стала активним засобом комунікації, сприяла появі нових слів, серед яких назви комп'ютерних процесів, елементів програмного забезпечення й насамперед назви, безпосередньо пов'язані з Інтернетом.

Залежно від умов життя того чи іншого суспільства навіть ті інновації, що іменують спільні реалії або поняття, можуть поводити себе по-різному в лексиконах окремих мов. Наприклад, в українській і польській мовах деякі такі нові слова унаслідок різної активності засвоєння певних запозичень і різні способи реалізації в мові їхнього номінаційного ресурсу.

Електронна пошта сьогодні стала невід'ємним складником суспільного життя країн світу, проте питома вага її в здійсненні певних суспільних функцій у різних спільнотах неоднакова. Про це свідчить ступінь поповнення лексиконів окремих мов новотворами з першим компонентом *e-*, співвідносним з означенням *electronic* «електронний». В українській мові транскрибований відповідник вихідної англійської аббревіатури *e-mail* «електронна пошта» вперше зафіксовано в «Російсько-українському словнику» за ред. В. В. Жайворонка. У «Сучасному словнику іншомовних слів» О.І.Скопненка та Т.В.Цимбалюк подано вже два