УДК 81’276.5:656.13

Мельник Н. М.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ АВТОМОБІЛЬНОГО СЛЕНГУ

Статтю присвячено формуванню автомобільної галузі в різні періоди розвитку суспільства. Модифікація автомобільної терміносистеми впливає на функціонування сленгу в різних формах вираження.
***Ключові слова**: терміносистема, сленг, синтаксичні конструкції, морфологічний спосіб словотворення, семантичний спосіб словотворення сленгізмів.*

Статья посвящена формированию автомобильной отрасли в разные периоды развития общества. Модификация автомобильной терминосистеми влияет на функционирование сленга в разных формах выражения
***Ключевые слова**: терминосистема, сленг, синтаксические конструкции, морфологический способ словообразования, семантический способ словообразования сленгизмов.*

The article is devoted to forming of motor-car industry in different periods of development of society. Modification of motor-car terminosystem influences on functioning of slang in the different forms of expression.
***Key words**: terminosystem, slang, syntactic constructions, morphological method of word-formation, semantic method of word-formation of slang.*

Роботу присвячено вивченню автомобільної галузі промисловості, що формує загальний погляд на терміносистему, репрезентує притаманні лексичні засоби вираження носіїв цієї системи. Однією з провідних ідей є вербальна передача сленгу, що характеризує мовця і представляє внутрішню ментальність.

Основні завдання запропонованої статті:

– дослідити еволюцію формування автомобільної галузі;

– проаналізувати функціонування сленгу в різних формах вираження;

– охарактеризувати способи поповнення словника автомобільного сленгу.

Великий вплив на мову, культуру, працю, техніку і майже на все те, що оточує людину, здійснили три промислові революції.

Англія була першою країною, яка здійснила промисловий переворот (остання третина XVIII – середина XIX ст.). Економічною та соціальною потребою суспільства було вдосконалення засобів виробництва, тому винахід машин стає порятунком для людства. Франція демонструє затяжний характер промислового перевороту, який був розпочатий у 1805–1810 рр., а закінчився в 60-х років XIX ст. У Німеччині охоплює період із 30-х до 50-х років XIX ст. Такі країни, як США, Японія, Росія та її складова частина – Україна – теж були учасниками революції [1].

Другим етапом промислової революції був період 1850–1870 рр. XIX ст., який знаменується появою і використанням удосконаленої техніки виробництва [1]. Швидкий розвиток машинобудівної галузі призводить до виникненню таких підгалузей, як: вагонобудування, автомобілебудування та ін. Бурхливий період становлення машинно-технічної підсистеми спричиняє зміни в лексиці.

Середина XX ст. демонструє третій етап, що знаменується науково-технічною революцією [1]. Цей період докорінно змінює погляди людства і формує оновлені, трансформовані, модернізовані напрямки в людській діяльності.

До початку Першої світової війни автомобіль був явищем одиничним, оскільки пальне ще не винайшли. З появою дизельного пального ситуація змінилася. Цей вид енергетичної суміші запустив механізм масового випуску автомобілів. Згодом автомобільна промисловість почала посідати одне з перших місць серед передових технологій і користувалася попитом.

Для України з середини XX ст. починається період колосального розвитку автомобільної галузі. З’являються перші укладені словники термінів та ремонтно-транспортні посібники. Український автомобільний ринок орієнтується на світові тенденції та новинки, що стимулює вдосконалювати власну продукцію. Створюються автомобільні заводи на території Україні.

Кременчуцький автомобільний завод – виробник вантажних автомобілів. Виробляють продукцію: мотоблоки; причепи для легкових автомобілів; шасі під комплектацію спецобладнання; сідельні тягачі та ін.

Запорізький автомобілебудівний завод – виробник фургонів, автобусів, легкових машин.

Луцький автомобільний завод – виробник автобусів та тролейбусів.

Бориспільський і Чернігівський автомобільні заводи – виробники автобусів.

Черкаський автомобільний завод “Богдан” – виробник легкових машин.

© Мельник Н. М., 2012

Львівський автобусний завод – виробник автобусів та тролейбусів міського, приміського і туристичного призначення.

Терміносистема стрімко розвивається. “Сучасна машинобудівна термінологія здатна забезпечити номінативними засобами поняттєву базу галузевого виробництва і повинна стати цілісною системою мовних одиниць. Кожне поняття, перебуваючи в логічному зв’язку з іншими, має отримати своє словесне оформлення і місце в родо-видовій ієрархії термінів” [2].

Автомобіль – транспортний засіб, який є важливим елементом структуралізації життя. У сучасному світі автомобіль є предметом використання, фактором направлення сил певних професійних груп. До автотранспортних засобів належать: тролейбуси, автобуси, вантажні автомобілі, мотоцикли і власне пасажирські авто.

Світ і людина знаходяться в тісному взаємозв’язку. Мова є проміжною об’єднувальною ланкою між людиною і світом. Усі процеси науково-технічного прогресу і соціального розвитку репрезентуються в лексиці. Виникає ґрунтовна термінологічна база, яка визначає зміст наукових відкриттів. Мовознавці активно починають цікавитися розвитком термінології.

Постійна модифікація термінологічної системи позитивно впливає на функціонування сленгу в різних формах вираження, під яким розуміють фонетичні, морфологічні, фонетичні розбіжності з мовною нормою.

У другій половині XX ст. у лінгвістиці помітна тенденція вивчення розмовної мови, оскільки ця сфера є істинною формою її оцінки. Певної спільної дефініції для цього поняття не існує. О. А. Земська вважає, що розмовна мова – самостійна система [3]. Д. Е. Розенталь стверджує, що розмовна мова – певний засіб вираження усної, яка відображає стиль мови [4]. Е. Г. Ризель зауважує, що розмовна мова має стиль, за допомогою якого представляє мову як форму вираження в повсякденному житті [5].

Автомобільний сленг є недостатньо вивченим, хоча випадки використання фіксуються. Основною підсистемою сленгу є комунікативна значимість. Він займає одне з передових місць і є невід’ємним компонентом розмовної мови автолюбителів та працівників станцій технічного обслуговування. Люди, які вступають в комунікативний зв’язок, не завжди добре знайомі. Сленг є знаковим засобом передачі інформації, яка не зрозуміла людям, які не належать до цієї групи. Ця форма спілкування має діалогічний характер, що дає можливість мовцю самовиражатися в середовищі цього колективу. Лексичні одиниці є ядром сленгу, що переходить від одного мовця до іншого без зміни значень слів.

Синтаксичні конструкції автомобільного сленгу реалізуються в системі загального сленгу, що відображає комунікативний зміст мовців у формі висловлювань. Специфічна форма і значення слів віддзеркалює внутрішні особливості цієї групи. Сленг виникає для того, щоб конструкції, які викликають складність під час вимови, зробити більш простими і зрозумілими. Економія мовних засобів, редукція мови, спрощення словосполучень, саме така система створює логічну і довершену систему словотворення лексем спрощеного характеру.

Лексика працівників автомайстерень насичена здебільшого не термінологією, а спрощеною формою вимови – сленгом.

Цей шар лексики вважається нижчим щаблем мови, за допомогою якого можна зрозуміти рівень освіти, культури, професії особистості. Також сленг слугує певним стимулятором до вивчення неформальної лексики.

Фактичним матеріалом дослідження слугували виписки з автомобільних журналів: “МотоДрайв”, “MotorNews”, “Auto Bild”, “Тюнинг”, “Автомайстер”; інтернет ресурси – сайти та форуми автолюбителів. Зафіксовані одиниці вважаються елементами розмовної мови автовласників, працівників відповідної галузі. Ця стилістично знижена лексика має емоційно-експресивний характер.

Автомобільний сленг включає в себе словотвірні, морфологічні, семантичні засоби вираження.

Щодо словотвірної системи номінації, то вона об’єднує лексеми схожі за звучанням. Наприклад: *лача* “Chevrolet Lacetti”, *мазень* “Mazda”, *кефір* “Nissan Cefiro”, *пижик, пиж* “Peugeot”, *цироз* “Toyota Corolla Ceres”, *прадік* “Toyota Land Cruiser Prado” та ін.

Морфологічний спосіб словотворення – найефективніший засіб збагачення словникового складу мови. Він передбачає створення лексем шляхом заміни форми вже існуючих слів. Новоутворення прийнято називати похідними. Тип морфологічного словотворення включає засоби суфіксації, префіксації, конверсії, запозичення, словоскладання. Суфіксальний спосіб демонструє творення слів за допомогою суфіксів, що приєднуються до твірної основи: *ходовка* “ходова”, *шипова* “шипована гума”, *передок* “передня частина”, *сигналка* “сигналізація”.

Семантичний спосіб відіграє важливу роль у творенні сленгізмів, що характеризується емоційно-експресивною образністю: *карти* “внутрішня сторона дверей автомобіля”, *граната* “шрус”.

Помітне місце в лексико-семантичному словотворенні сленгу посідає метафора. “Метафора – троп, побудований на вживанні слів у переносному значенні на основі подібності за кольорами, формою, призначенням” [6, с. 44].

На основі подібності зовнішніх характеристик виникає метафоричний перенос значення, який ґрунтується на асоціативних та психологічних уявленнях. “Це так звані стерті метафори, які вже не є засобом

створення образності, а джерелом виникнення нових лексичних значень, тобто із чинником розвитку багатозначності” [6, с. 44]. Наприклад: *маркуша, маркуха, самурай* – “Toyota Mark II”, *бімер, бумер, рулез, вентилятор, беха* – “BMW”.

Автомобільному сленгу притаманна наявність великої кількості фразеологічних одиниць. “Фразеологізми трапляються здебільшого в художньому та розмовному стилі мовлення, за допомогою чого мовлення стає більш виразним та влучним” [8, с. 156]. Л. О. Ставицька визначає сленг як “практично відкриту мовну підсистему ненормативних, стилістично знижених лексико-фразеологічних одиниць, які виконують експресивну, оцінну (звичайно негативну) та евфемістичну функції” [7, с. 42].

Дослідження автомобільної лексики передбачає розгляд певних тематичних груп, на основі яких формується база, що прискорює утворення сленгових одиниць. Ці тематичні одиниці мають таку класифікацію: 1) виготовлення автомобільних деталей; 2) технічна експлуатація автомобілів; 3) проектування автомобілів; 4) вантажні перевезення автомобілів. Найбільш репрезентативною є група слів на позначення проектування автомобілів, дещо поступається їй назви виготовлення деталей, які є підґрунтям утворення сленгових лексем, напр.: *торпеда* “панель приладів”, *трамблер* “розподільник запалювання”, *свинина* “салон шкіряний”, *помпа* “насос водяний”, *вія* “щітка фари”, *рогатка* “важіль нижній”, *шоколадка* “реле зарядного пристрою”, *якір* “гальмо”.

Література:

1. Царенко О. М. Економічна історія України і світу: курс лекцій : [навч. посібник] / О. М. Царенко, А. С. Захарчук. – Суми : Університетська книга, 2001. – 310 с.

2. Литвин О. Г. Становлення української машинобудівної термінології : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01 / О. Г. Литвин. – Л., 2000. – 404 с.

3. Земская Е. А. Русская разговорная речь: лингвистический анализ и проблемы обучения / Елена Земская. – М. : Русский язык, 1979. – 240 с.

4. Розенталь Д. Э. Практическая стилистика русского язика / Дитмар Розенталь – М. : Высшая школа, 1987. – 398 с.

5. Ризель Э. Г. Стиль обиходной речи / Элиза Ризель // ИЯШ. – 1959. – № 1. – С. 30–39.

6. Пономарів О. Д. Стилістика сучасної української мови : [підручник] / Олександр Пономарів. – К. : Либідь, 1993. – 248 с.

7. Ставицька Л. О. Арго, жаргон, сленг: соціальна диференціація української мови / Леся Ставицька. – К. : Критика, 2005. – 464 с.

8. Шкуратяна Н. Г. Сучасна українська літературна мова: Модульний курс : [навч. посіб.] / Н. Г. Шкуратяна, С. В. Шевчук. – К. : Вища шк., 2011. – 823 с.