

УДК 811.161.2:81'373.611

Н. М. Хрустик, А. П. Романченко

ДО ПИТАННЯ ТВОРЕННЯ НЕОФІЦІЙНИХ НАЗВ АВТОМОБІЛІВ

У статті йдеться про способи творення неофіційних назв автомобілів. Акцентується увага на асоціативних найменуваннях.

Ключові слова: *власна назва, неофіційні назви автомобілів, спосіб словотворення.*

Неофіційні найменування автомобілів — один із найменш досліджених розрядів власних назв. Цим пояснюється науковий інтерес до названої групи лексики та необхідність її глибокого вивчення. Цікавими і, безумовно, **актуальними** є різні аспекти дослідження неофіційних автонайменувань. Дуже важливим є питання визначення статусу розмовних найменувань автомобілів з погляду їх належності до власних/загальних назв. Більшість цих лексем, поза всяким сумнівом, є власними назвами, які утворюють окремий розряд онімів. Проте серед неофіційних автонайменувань є чимало слів, про які не можна сказати зі впевненістю, що вони належать до власних або ж загальних назв. Йдеться, як на наш погляд, не лише про власні назви та загальні, але й про перехідні випадки. Таким чином, неофіційні найменування автомобілів можуть послугувати дуже вдячним матеріалом для більш повного і глибокого осмислення теорії про власні та загальні назви.

З вивченням неофіційних назв автомобілів безпосередньо пов'язана проблема правописного характеру. Чинний «Український правопис» чітко не регулює написання назв автомобілів [2:56]. Зовсім не йдеться в ньому про правописні норми для розмовних автонайменувань.

Мета нашого дослідження — розкрити особливості творення сучасних неофіційних назв автомобілів і хоча б частково відповісти на питання про те, чому саме так, а не інакше вони утворюються, яку інформацію несуть. Передбачається розв'язання таких **завдань**: 1) розкрити специфіку творення неофіційних найменувань автомо-

білів; 2) проаналізувати причини появи цієї групи онімів, адже саме вони значною мірою зумовлюють характер творення розмовних автонайменувань; 3) простежити, як у неофіційних назвах автомобілів відображаються особливості українського етносу. **Об'єкт** вивчення — власні назви. **Предмет** — процес творення неофіційних найменувань автомобілів. У статті розглянуто понад 200 неофіційних назв автомобілів, зафіксованих в Інтернеті [4–8] та дібраних нами шляхом власних спостережень. Написання прикладів подається відповідно до їх функціонування в розмовному мовленні.

Отже, перед тим, як розглянути особливості номінації автомобілів різних марок у розмовній сфері, з'ясуємо причини виникнення неофіційних автонайменувань. На наш погляд, їх є кілька. Одна з них — необхідність мовної економії. Так, наприклад, для мовця значно простіше сказати *Мерс*, замість *Mercedes-Benz*, *Равлик* або *Равім*, замість *Toyota RAV-4*, *Борис*, замість *Volkswagen Bora*.

Більшість автонайменувань — іншомовні слова, внутрішня форма яких для носіїв української мови малозрозуміла. Окрім того, ця лексика не завжди легко пристосовується до граматичних законів мови, у яку вона потрапила. Звідси підсвідоме прагнення мовців зробити «чужу» назву «своею», наповнити її власною етнічною інформацією. Те, що всі розряди власних назв обов'язково несуть у собі певну приховану інформацію, зокрема етнічну, неодноразово відзначав у своїх дослідженнях Ю. О. Карпенко [1]. Отже, неофіційні найменування автомобілів, наприклад, однієї з найвідоміших у світі марок *Mercedes-Benz* у Німеччині будуть німецькими, у США американськими, у Китаї китайськими, а в Україні — українськими. Саме тому тільки в Україні можлива така зафіксована нами назва авто цієї марки, як *Маруся*. Пор. також неофіційні найменування *Тарас* автомобіля *Ford Taurus*, *Пиріжок* або *Черевик* автомобіля *ИЖ-27175* (Іжевський автомобільний завод в Росії).

Прагнення актуалізувати в назві автомобіля його певні технічні особливості — ще одна причина появи неофіційних найменувань. Напр.: *Акваріум* (про авто зі «скляним дахом», який насправді металевий, але площа всіх вікон і люка така, що складається враження, що він зі скла), *Баржа* (ГАЗ-3102 «Волга», яка має погану керованість і маневреність із-за архаїчного пристрою підвіски), *Лунатий*, *Очкастий* (*Mercedes-Benz*, кузов W 210 — за формою та розміром фар), *Пів-*

восьмого («Ока», двигун якої має два циліндри — половина двигуна автомобіля ВАЗ-2108), *Сліна* (Mazda-323 F, у якої «ховаються» фари), *Сороконіжка* (ЗИЛ-133, у якого коліс більше, ніж зазвичай).

Майже всі неофіційні автонайменування відзначаються експресивністю. Значна частина цих власних назв містить у своїй семантичній структурі позитивну або негативну конотацію, що пояснюється прагненням мовців виразити своє ставлення до автомобіля певної марки в його назві, особливо, якщо йдеться про власне авто або ж про професійну діяльність, пов'язану з автомобілями. Водночас через назви автомобілів передається відповідне ставлення до власників автівок певних марок або ж тих, хто ними користується. Суб'єктивне ставлення може виражатися семантикою розмовного найменування. Напр.: *Альфонс* (Alfa Romeo), *Бомба* (BMW), *Горбатий* (ЗАЗ-365), *Каблук*, *Пиріжок*, *Черевик* (ИЖ-27175), *Канарейка* (жовто-синій міліційний УАЗ), *Крокодил* (КрАЗ, ЗИЛ-137), *Ласта*, *Ласточка* (про будь-який автомобіль), *Рекс* (Sang Yong Rexton), *Монстр* («Москвич»-412), *Московська нерухомість* («Москвич»-2137), *Муся* (Sang Yong Musso), *Пижик*, *Піжон* (Peugeot), *Таракан* (Hyundai Terracan), *Тиран* (Nissan Terrano), *Трудяга* («Москвич»), *Чебурашка* (Toyota Vits), *Чиновоз* (ГАЗ-13 «Чайка»), *Ягуар* (ЗИЛ-133 я) тощо. Нерідко емоційно забарвлене значення мотивуючого слова підсилюється значенням квалітативного суфікса. Пор.: *Вишенька* (про авто відповідного кольору), *Вітьок* (Mercedes-Benz Vito), *Колюня* (Renault Koleos), *Мазурик* (МАЗ), *Петруха* (Nissan Patrol), *Сивка*, *Сивка-Бурка* (Honda Civic), *Хрюшка* (Honda HR-V) тощо. Значення позитивної або негативної оцінки можуть надавати назві лише афікси. Пор. напр.: *Альфушка* (Alfa Romeo), *Аудюха* (Audi), *Білушка* (про будь-який автомобіль білого кольору), *Броньович* (Mitsubishi Delica, кузов РА5V), *ГАЗик*, *ГАЗончик* (ГАЗ), *Субарик*, *Субариня* (Subaru), *УАЗик* (УАЗ) тощо.

Таким чином, необхідність мовної економії, прагнення зробити назви автомобілів зрозумілими і етнічно близькими, пристосованими до законів мови, у яку вони потрапили, а також бажання мовців відобразити своє ставлення до автомобіля тієї чи іншої марки призвело до появи в мовленнєвій системі української мови лексичної групи неофіційних автонайменувань. Зрозуміло, що активне поповнення цієї лексичної групи стало можливим лише в останні 2–3 десятиліття, коли в нашій країні масово з'явилися автомобілі іноземного виробництва.

Серед розмовних автонайменувань — загальновідомі назви, назви, які функціонують переважно у сфері професійної діяльності, пов'язані з автомобілями, індивідуальні назви, якими користуються автовласники.

Перелічені причини появи досліджуваних онімів значною мірою обумовили характер їх творення. Проаналізувавши понад 200 неофіційних найменувань автомобілів, ми з'ясували, що більшість із них — результат асоціацій, які могли виникнути в носіїв певного етносу в конкретний історичний період його розвитку. Тому найбільш продуктивним способом творення неофіційних назв автомобілів виявився асоціативний спосіб словотворення, механізм дії якого ґрунтується на асоціативності (див. про цей спосіб словотворення у праці [3]). Більше половини досліджуваних онімів утворюється на основі фонетичних асоціацій, які пов'язані зі звуковим складом офіційних назв автомобілів. Серед цих найменувань переважають назви істот, що, очевидно, пояснюється прагненням мовців сприймати авто як живий предмет. Здебільшого асоціативними назвами стають чоловічі (асоціації з чоловічим родом слова «автомобіль») та жіночі (асоціації з жіночим родом іменника «машина») особові імена. Це можуть бути повні та гіпокористичні форми антропонімів, які інколи поєднуються із суфіксами, що надають їм розмовно-фамільярного характеру. Пор., напр.: *Борис* (Volkswagen **Bora**), *Вітьок* (Mercedes-Benz **Vito**), *Вова* (Volvo), *Геша* (Hyundai **Getz**), *Гоша* (Volkswagen **Golf**), *Дьомка* (Mazda **Demio**), *Ємеля* (Mercedes-Benz **ML**), *Захар* (ЗИЛ-137), *Кирилич* (Mercedes-Benz **G**), *Колюня* (Renault **Koleos**), *Лаврентій* (Nissan **Laurel**), *Максим*, *Максимич* (Nissan **Maxima**), *Марковник*, *Маркуша*, *Марчелло* (Toyota **Mark II**), *Моня* (Ford **Mondeo**), *Патрік*, *Патрікей* (УАЗ **Патриот**), *Петруха* (Nissan **Patrol**), *Петя* (Citroen **PT**), *Семен* (ВАЗ-2107), *Сеня* (ЗАЗ **Seus**), *Сидір* (Volvo **Ceed**), *Тарас* (Ford **Taurus**), *Федя* (Ford); *Авдотья* (Audi), *Альбіна* (Fiat **Albea**), *Алька* (Nissan **Almera**), *Валя*, *Валюха* (Volvo), *Вітка* (Mercedes-Benz **Vito**), *Кіра* (Kia Rio), *Ксюха*, *Нюшка* (Datwoo **Nexia**), *Лара* (Nissan **Laurel**), *Маруся* (Mercedes-Benz), *Машка* (Mazda-6), *Муся* (Sang Yong **Mussa**), *Танька* (Nissan **Teana**). Лише в поодиноких випадках серед розмовних автонайменувань, що виникли внаслідок звукових асоціацій, зустрічаються загальні назви осіб. Пор.: *Мазурик* (МАЗ), *Піжсон* (Peugeot), *Тиран* (Nissan **Terrano**), *Хитрило* (Nissan **X-Trail**), *Шайтан*, *Шахтар*

(ВАЗ-2106). Нерідко в цій функції виступають назви різних представників тваринного світу. Наприклад: *Енот* (Nissan **Note**), *Кошка* (Nissan **Qashgai**), *Крокодил* (**КрАЗ**), *Ланька* (Chevrolet **Lanos**), *Мерін* (Mercedes-Benz), *Равлик* (Toyota **RAV-4**), *Мікроб* (Nissan **Micra**), *Мураш*, *Мурка* (Nissan **Murano**), *Мухтар* (Ford **Mustang**), *Овечка* (Chevrolet **Aveo**), *Окунь* («**Ока**»), *Сивка*, *Сивка-Бурка* (Honda **Civic**), *Собака* (**Saab**), *Таракан* (Hyundai **Terracan**), *Тушкан* (Hyundai **Tueson**), *Фунтик* (Toyota **Funcargo-2000**), *Хом'як* (**Honda Jazz**), *Хрюшка* (Honda **HR-V**), *Шакал* (ВАЗ-2106), *Шарик* (Volkswagen **Sharan**), *Ягуар* (ЗИЛ-133 я).

Розмовні найменування авто, в основі творення яких лежать назви неістот, обрані мовцями внаслідок фонетичних асоціацій до офіційних назв автомобілів, зустрічаються в порівнянні з назвами істот набагато рідше. Як правило, це слова, які належать до активно вживаної лексики розмовно-побутового характеру. Напр.: *Авоська* (Audi **A8**), *Бомба* (**BMW**), *Віник* (Toyota **Avensis**), *Вітамінка* (**Daewoo Matiz**), *Кактус* (Mercedes-Benz **Actros**), *Кедр* (Nissan **Cedric**), *Кефір* (Nissan **Cefiro**), *Клюшка* (Renault **Clio**), *Кубик* (Nissan **Cube**), *Кукурузник* (Toyota **Cruiser**), *Лінійка* (Fiat **Linea**), *Матрас*, *Матрешка* (Hyundai **Matrix**), *Матрешка* (**Mazda-3**), *Маяк-11* (Toyota **Mark 11**), *Орбіт* (ИЖ «**Орбита**», пізніше ИЖ-2126 «Ода»), *Полю* (Suzuki **Baleno**), *Премія* (Toyota **Premio**), *Примус* (Mazda **Premacy**), *Семафор* (ВАЗ-2107), *Сервант* (Honda **CR-V**), *Скала*, *Скалик*, *Скула* (Nissan **Skyline**), *Сирок* (Volkswagen **Scirocco**), *Соляра* (Hyundai **Solaris**), *Табуретка* (Volkswagen **Tonareg**), *Фінік* (**Infiniti FX**), *Цироз*, *Цитрус* (Toyota **Ceres**), *Цитрамон* (**Citroen C4**), *Шерсть* (ВАЗ-2106).

В окремих випадках наслідком звукових асоціацій, зумовлених фонетичним складом офіційних назв автомобілів, є вигадані слова, які на розмовному рівні репрезентують ту чи іншу марку авто. Пор., напр.: *Беха*, *Бімер*, *Бумер* (**BMW**), *Волосатік* (Renault **Vel Satin**), *Рікса* (Mazda **RX-8**). Стосовно онімів *Беха*, *Бімер*, *Бумер* можна також припустити, що всі три найменування є наслідком суфіксального способу словотворення: *Беха* походить від кириличної назви початкової літери в аббревіатурі **BMW**, до якої долучається суфікс **-х-а** зі значенням 'істота жіночої статі'; *Бімер* мотивується початковою частиною аббревіатури **BMW** (англійська літера **бі** в поєднанні зі звуком **м**), до якої приєднується суфікс **-ер**, одне зі значень якого — 'назва технічного пристрою'. Прийняте в усьому світі найменування *Бімер* не прижи-

лось. Його витіснив інший варіант цього слова — *Бумер*, де *i* змінився на *y*. Вважається, що звук *y* в онімі *Бумер* передає велич автомобілів марки **BMW**, а звук *i* надає лексемі *Бімер* зменшено-пестливого відтінку.

При творенні деяких онімів спостерігається поєднання фонетичних та семантичних асоціацій. Напр.: *Акордеон* (Honda **Accord**), *Альфоне* (**Alfa Romeo**), *Монстр* («**Москвич**»-412), *Окурок* («**Ока**»), *Сельодка*, *Сигара* (Audi-100), *Хрюндай* (**Hyundai**). Скажімо, назви *Монстр* та *Окурок* не лише фонетично асоціюються з відповідними офіційними найменуваннями, але й підкреслюють недосконалість цих авто. Пор., напр., інші розмовні назви згаданих автомобілів: *Московська нерухомість* (про «**Москвич**»), *Брелок від КамАЗа*, *Піввосьмого*, *Скажена табуретка* (про «**Оку**»).

Лексико-семантичний спосіб словотворення, зміст якого полягає в переосмисленні значення мотивуючого слова, значно поступається своєю продуктивністю при творенні неофіційних найменувань автомобілів перед асоціативним способом словотворення. Цим способом оніми утворюються переважно в результаті метафоричного перенесення значення мотивуючого слова за подібністю форми авто та певних його частин: *Баклажан* (Toyota Caldina), *Бочка* (Audi-80), *Буханка* (УАЗ-452), *Зубило* (ВАЗ-2108 і 2109), *Каблук*, *Пиріжок*, *Черевик* (ИЖ-27175), *Крокодил* (ЗИЛ-137), *Чебурашка* (Toyota Vits), *Чемодан* (Renault Logan); за технічними особливостями та особливостями дизайну авто: *Акваріум* (про будь-яке авто зі «скляним дахом»), *Московська нерухомість* («**Москвич**»-2137), *Скажена табуретка* («**Ока**»), *Сороконіжка* (ЗИЛ-133); за розміром автомобіля: *Брелок від КамАЗа* («**Ока**»), *Кабан*, *Слон* (Mercedes-Benz, кузов W 140), *Червоний богатыр* (про будь-яке авто великого розміру); за кольором авто: *Вишенька*, *Зелена пліснява* (про будь-яке авто відповідного кольору), *Канарейка* (міліційний УАЗ жовто-синього кольору); за умовами та характером експлуатації: *Бобик* (УАЗ-469), *Туфелька* (про малогабаритні легкові авто, які здебільшого водять жінки); за характером ставлення мовців (головним чином, власників авто) до автомобілів: *Ласточка* (про автомобіль будь-якої марки), *тачка* (як правило, про дорогу іномарку), *Трудяга* («**Москвич**»).

Поодинокі розмовні найменування авто утворюються лексико-семантичним способом у поєднанні з асоціативним способом слово-

творення. При цьому метафоричний або метонімічний процес перенесення значення мотивуючого слова спричиняється семантичними асоціаціями, породженими в мовця офіційною назвою автомобіля. Скажімо, онім *Баржа* (ГАЗ-3102 «Волга») утворився лексико-семантичним способом шляхом метафоричного перенесення значення іменника **баржа** (тип судна) за подібністю поганої керованості та маневреності цих транспортних засобів. Утім, погану керованість та маневреність має не тільки баржа. Проте в цій ситуації аналогія в мовця виникає саме зі словом **баржа**, що, безумовно, пояснюється асоціативним впливом внутрішньої форми офіційної назви авто марки «Волга» — «ріка». Аналогічним чином утворилися такі розмовні автонайменування, як *Піраміда* (Nissan **Safari** — до 1994 р.), *Баян* (Honda **Accord**), *Татарин* (КамАЗ — марка автомобілів, які виробляються в Татарстані), *Копійка* (ВАЗ-2101), *Червонець* (ВАЗ-2110).

Особливості творення неофіційних найменувань авто суфіксальним способом визначаються не лише характером словотворчих засобів, але й специфікою мотивуючої бази. Так, наприклад, до мотивуючого слова, яке здебільшого представлене абrevіатурою, може приєднуватися суфікс **-ик**, надаючи новій лексемі не лише відтінок певного позитивного емоційного забарвлення, але й роблячи її зручною з погляду відмінювання: ГАЗ → *ГАЗик*, РАЗ → *РАФік*, УАЗ → *УАЗик*. Пор. також: *Субару* (Subaru) → *Субарик*. Інколи цей суфікс виступає у складі фонетично асоційованої назви авто — *Авік* (Toyota **Avensis**), *Ф'южик* (**Ford**). Серед активно вживаних розмовних назв автомобіля марки ГАЗ — утворення *ГАЗон* з суфіксом **-он** та похідне від нього *ГАЗончик*, емоційно забарвлене завдяки суфіксу **-чик**. Значення пестливості оніму *П'ятачок* (ВАЗ-2105) надає демінутивний суфікс **-ок**. Розмовного характеру з відтінком фамільярності набувають найменування *Аудіюха* (Audi), *Жовтуха* (про будь-який автомобіль жовтого кольору) завдяки афіксу **-юх-а**. Суфікси **-ич** та **-ин-я**, функції яких пов'язані з продукуванням іменників на позначення назв істот, утворюючи автонайменування, надають автомобілям ознак живих предметів. Пор., напр.: *Азлич* («Москвич»-2137), *Броньович* (Mitsubishi delica, кузов РА5V), *Субариня* (Subaru). Суфікс **-ич**, яким утворюються, як правило, розмовні форми чоловічих імен по батькові, надає онімам забарвлення особливої шанобливості та поваги. Семантика деяких суфіксальних утворень набуває додаткового змісту

звдяки фонетичним асоціаціям, які можуть виникати в цих словах. Скажімо, автонайменування *Азлич*, мотивоване абрєвіатурою **АЗЛК** (Автомобільний завод імені Ленінського комсомолу), надає столичній марці середньоазійського колориту. Онім *Субариня* асоціюється з лексемою **бариня**, підкреслюючи престижність авто цієї марки. Продуктивністю при творенні неофіційних автонайменувань відзначається суфікс **-к-а**: *Альфушка* (Alfa Romeo), *Білушка* (про будь-яке авто білого кольору), *Дев'ятка* (ВАЗ-2109), *Зубатка* (Toyota Corolla, кузов АТ-170), *П'ятнашка* (ВАЗ-2115), *Сімка* (ВАЗ-2107), *Тітька* (Audi TT), *Шістка* (ВАЗ-2106).

Усіченням за зразком абрєвіації утворюються оніми *Мерс* (Mercedes-Benz), *Пижа* (Peugeot), *Суба* (Subaru), *Тіга* (Volkswagen Tiguan), *Фуза* (Ford Fusion). Ці скорочені назви офіційних найменувань авто мають розмовний характер, зручні в користуванні. Пор. також поодинокі автонайменування, продуковані нульовою суфіксацією: *Вжик* (Toyota **Vits**), утворене від звуконаслідувального дієслова **вжикнути** під асоціативним впливом офіційної назви цього авто, *Ласта* (про будь-яке авто), що походить від *Ласточка* — поширеної пестливої назви автомобіля.

У межах досліджуваного матеріалу зафіксовано один випадок творення розмовної назви автомобіля префіксальним способом словотворення — онім *Піввосьмого* («Ока»). Слово утворене приєднанням префіксоїда **пів-** до субстантивованого числівника **восьмий**.

Способом складання утворюються такі автонайменування, як *Чиновоз* (ГАЗ-13 «Чайка»), *Шейховоз* (Mercedes-Benz-126), *Папомобіль*, *Шніва* (Chevrolet Niva), *Реногор*, *ALEKO* («Москвич»-2141). Лексеми *Чиновоз* і *Шейховоз* — результат дії основоскладання, поєданого з нульовою суфіксацією. Йдеться про дуже престижні на свій час авто. Назва *Чиновоз* виникла ще за радянських часів. Автомобілем «Чайка» користувалися лише найвищі посадовці країни. У народі його зневажливо називали *Чиновозом*. Пізніше за цим же зразком з аналогічною конотацією утворилося слово *Шейховоз*. Утім, простий народ і власний вид транспорту (громадський) не оминув своєю увагою, давши йому дуже влучну і емоційну назву. Автобуси, у яких познімали частину сидінь, щоб у них поміщалася якомога більше пасажирів, називали *скотовозами*. Таким чином, автонайменування можуть відображати полярність соціального становища людей у певному суспільстві.

З цього погляду зовсім іншу конотацію має іменник *Папомобіль*, утворений досить незвичним способом — поєднанням основи слова **папа** й усіченої другої частини лексеми **автомобіль**. Абrevіатурним способом утворилися оніми *Шніва* і *Реногор* — назви модернізованих версій російських автомобілів «Niva» і «Москвич». *Шніва* — поєднання початкового звука **ш** від **Chevrolet** і слова **Niva**; *Реногор* — телескопічне поєднання усічених частин слів — початкової від **Renault** та кінцевої від рос. «Светогор». Лексема *ALEKO* — модифікована форма абrevіатури **АЗЛК** (Автомобільний завод **Ленінського комсомолу**), якою називається завод-виробник автомобілів марки «Москвич».

Морфолого-синтаксичним способом (шляхом субстантивації) утворилися неофіційні найменування *Горбатий* (ЗАЗ-965), *Лунатий*, *Очкастий* (Mercedes-Benz, кузов W 210), *Поджарий* (Mitsubishi Pajero), *Сліна* (Mazda-323 F), *Ушастиий* (ЗАЗ-968), *Широкий* (Jeep Cherokee). Цікаво зазначити, що іменники *Поджарий* і *Широкий* походять від відповідних прикметників, які, у свою чергу, є результатом дії звукових асоціацій, пов'язаних з офіційними назвами авто (пор.: Mitsubishi **Pajero**, Jeep **Cherokee**). Усі перелічені субстантивовані прикметники вказують на певні особливості форми, а також деякі технічні характеристики відповідних авто.

У процесі нашого дослідження неофіційних автонайменувань зафіксовано 7 онімів, виражених словосполученнями. Серед них такі саркастичні назви, як *Брелок від КамАЗа*, *Скажена табуретка* («Ока»), *Московська нерухомість* («Москвич»-2137, 2140), іронічна — *Червоний богатир* (про будь-яке авто великого розміру), зневажлива — *Чорний монстр* (про будь-який недосконалий автомобіль чорного кольору), а також емоційно нейтральні найменування — *Зелена пліснява* (про будь-яке авто відповідного кольору) та *Гірський тягач* («Колхіда»). Основним компонентом у структурі цих власних назв є іменники, утворені лексико-семантичним способом словотворення.

Узагальнюючи результати нашого дослідження, можна **висувати**, що способи, якими утворюються неофіційні автонайменування, — це шляхи, якими мовці прагнуть виразити певну інформацію про ту чи іншу марку авто. Зміст цієї інформації визначається такими основними складниками: номінація авто та його характеристика (технічні особливості, дизайн, місце виробництва тощо); ставлення мовців до автомобілів певної марки і через їх посередництво до власників авті-

вок або ж тих осіб, які ними користуються (власне, виражається ставлення представників одних соціальних прошарків до інших); прихована інформація про самих мовців, зокрема етнічна інформація.

Найпродуктивнішим способом творення розмовних назв автомобілів є асоціативний спосіб словотворення. За його допомогою утворюється більше половини досліджуваних номенів. Специфіка цього способу словотворення дозволяє мовцеві у процесі номінації авто продукувати нову лексему, яка, зберігаючи асоціативний зв'язок з офіційною, як правило, іншокореневою назвою автомобіля, може виражати будь-яку бажану інформацію. Досліджувані оніми пов'язані асоціативними зв'язками переважно з назвами істот, здебільшого — особовими іменами та іменами по батькові. Цим пояснюється прагнення мовців сприймати автомобіль як живу істоту, як свого помічника. Зв'язки асоціатив з назвами неістот виявляються, головним чином, на рівні активно вживаної розмовно-побутової лексики.

Серед інших продуктивних способів, якими творяться неофіційні назви автомобілів, — лексико-семантичний, суфіксальний та морфолого-синтаксичний. До непродуктивних способів творення аналізованих онімів належать усічення за зразком абрєвіації, основоскладання в поєднанні з нульовою суфіксацією, абрєвіація, нульсуфіксальний та префіксальний способи словотворення.

З подальшим вивченням неофіційних назв автомобілів пов'язуємо поглиблення теорії про власні та загальні назви, обґрунтування асоціативного способу словотворення, а також **перспективи** дослідження словотвірної структури дериватів як відображення особливостей певного етносу.

Література

1. Карпенко Ю. О. Ономастичні міркування / Ю. О. Карпенко // Записки з ономастики : зб. наук. пр. / відп. ред. Ю. О. Карпенко. — Одеса : Астропринт, 2005. — Вип. 9. — С. 11–17.
2. Український правопис. — [4-те вид., випр. та доповн.]. — К. : Наук. думка, 1983. — 240 с.
3. Хрустик Н. М. Асоціативність як засіб словотворення / Н. М. Хрустик // Записки з ономастики : зб. наук. пр. / відп. ред. Ю. О. Карпенко. — Одеса : Астропринт, 2005. — Вип. 8. — С. 3–10.
4. А які ви знаєте народні назви автомобілів? [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www.naminrie.ru/forum.php?fid=4&d=7030940

5. Запорожець (автомобіль) [Електронний ресурс]. — Режим доступу : [uk.wikipedia.org/wiki /Запорожець \(автомобіль\)](http://uk.wikipedia.org/wiki/Запорожець_(автомобіль))
6. Какие есть народные названия автомобилей? [Электронный ресурс]. — Режим доступу : www.bolshojvopros.ru/questions/458158 — Kakie-est-narodnye-nazvaniya-avtomobilej.html
7. Народ и клички автомобилей [Электронный ресурс]. — Режим доступу : www.n-a-z-v-a-n-i-a.ru/new2/27.html
8. Прозвища автомобилей [Электронный ресурс]. — Режим доступу : avtonomer.ru/newforum/index.php/topic/3957

Хрустык Н. М., Романченко А. П.

К ВОПРОСУ ОБРАЗОВАНИЯ НЕОФИЦИАЛЬНЫХ НАЗВАНИЙ АВТОМОБИЛЕЙ

В статье рассматриваются способы образования неофициальных названий автомобилей. Акцентируется внимание на ассоциативных именованях.

Ключевые слова: *имя собственное, неофициальные названия автомобилей, способ словообразования.*

Khrustyk N. M., Romanchenko A. P.

INFORMAL NAMES OF CARS : THE PROBLEM OF WORD-BUILDING

The article highlights the ways of word-building of informal names of cars. The attention is focused on associative names.

Key words: *proper name, informal names of cars, word-building patterns.*