

5. Мокиенко В.М., Никитина Т.Г. Большой словарь русского жаргона. – С.-Пб.: «Норинт», 2001. – 720 с.
6. Серебренников Б.А. Территориальная и социальная дифференциация языка / Б.А. Серебренников // Общее языкознание: формы существования, функции, история языка. – М.: Наука, 1970. – С. 452–501.
7. Ставицька Л. Арго, жаргон, сленг: Соціальна диференціація української мови / Л. Ставицька. – К.: Критика, 2005. – 464 с.
8. Ставицька Л. Короткий словник жаргонної лексики української мови / Л. Ставицька. – К.: Критика, 2003. – 336 с.
9. Grabias S. Język w zachowaniach społecznych. – Lublin: Uniw. M. Curie-Skłodowskiej, 1994. – 336 s.

Svitlana Martos

MORAL VALUES OF BEING IN YOUTH SOCIOLECT

The author raises the problem of language picture of the world and its reflection in the lexical and semantic system of youth slang. The article deals with the determination of researchers' approaches to the semantic analysis of youth sociolect; analysis of the fragment of language picture of the world of youth slang users – moral values of being; differentiation of positive and negative evaluation of human in youth sublanguage. The lexical row "to steal" is characterised and slang verbs of subfield "a fight" are distinguished and described.

Key words: youth slang, moral values of being, language picture of the world, subfield.

Светлана Мартос

МОРАЛЬНЫЕ ЦЕННОСТИ БЫТИЯ В МОЛОДЕЖНОМ СОЦИОЛЕКТЕ

Автор поднимает проблему языковой картины мира и ее отражение в лексико-семантической системе молодежного сленга. В статье определены подходы исследователей к семантическому анализу молодежного социолекта; проанализирован фрагмент языковой картины мира носителей молодежного сленга – моральные ценности бытия; дифференцированы положительные и отрицательные оценки человека в субъязыке молодежи; охарактеризован лексический ряд «украсть»; выделены и описаны глаголы-сленгизмы субполя «драка».

Ключевые слова: молодежный сленг, моральные ценности бытия, картина мира, субполе.

УДК 81'373

Оксана Мельник
(Вінниця)

СОЦІОЛІНГВІСТИЧНИЙ АСПЕКТ ЕРГОНІМІКОНУ ВІННИЧЧИНИ

У статті виокремлено соціолінгвістичний аспект ергонімікону Вінниччини, з'ясовано значення дефініції «мовна мода», причин та мотивів уподобань вінничан у ергономінації, класифіковано волонтероніми відповідно до їхньої конотації.

Ключові слова: ергонім, соціолінгвістика, волонтеронім, содаліціонім.

Зв'язок мови і суспільства не одразу став предметом спеціального наукового дослідження. Теорія про співвідношення мовних і соціальних чинників ґрунтується на праці представників соціологічного напрямку французького мовознавства, особливо А. Мейє. Істотну роль у цьому плані відіграли дослідження американських етнолінгвістів, які розвивали ідеї Ф. Боаса й Е. Сепіра про зв'язок мовних і соціокультурних систем; праці представників Празької лінгвістичної школи В. Матезіуса, Б. Гавранека, Й. Вахека, які

довели зв'язок мови із соціальними процесами і соціальну роль літературної мови; дослідження німецьких учених Лейпцизької лінгвістичної школи Т. Фрінгса, які обґрунтували соціально-історичний підхід до мови і необхідність включення соціального аспекту в діалектологію, а також праці японської школи «мовного існування» з проблем мовної ситуації. Слід згадати й роботу Поля Лафарга «Мова і революція» (1894), у якій доведено, що відмінність соціальних різновидів мови є наслідком суспільних суперечностей епохи французької буржуазної революції. У Росії проблема взаємодії мови і суспільства була предметом дослідження О. О. Шахматова, І. О. Бодуена де Куртене, М. Я. Марра, В. М. Жирмунського, Л. П. Якубинського, Є. Д. Поливанова та ін. Великий внесок у вивчення цього питання зробили українські вчені О. С. Мельничук, В. М. Русанівський, Ю. О. Жлуктенко, Л. Т. Масенко, Р. Гришкова, М. О. Олікова, Л. Антошкіна, Г. Красовська, П. Сигеда, О. Сухомлинов та ін. Але ще у 60-х роках ХХ ст. до питання зв'язку мови і суспільства повертаються американські мовознавці В. Лабов, Д. Хаймс, присвятивши свої дослідження вивченню мовної ситуації в багатомовних країнах. Так сформувалася соціолінгвістика [2].

Ергонімію різних ареалів української мови представлено в працях О. Белея (ергонімія Закарпаття), Н. Кутузи (ергонімікон м. Одеси), С. Шестакової (ергонімія Харківської та Сумської областей, частково м. Києва, Полтави, Львова), М. Цілини (ергонімія м. Києва), Н. Лесовець (ергонімія м. Луганська). Ергонімія Вінниччини малодосліджена, тому **метою** запропонованої студії є дослідження соціолінгвістичного аспекту ергонімікону Вінниччини. А це зумовлює **завдання**: виокремити мотиви ергономіації, особливості онімів на позначення назв груп людей, об'єднаних спільними інтересами, професійними зв'язками.

Соціолінгвістична наука протягом останніх десятиліть (90-ті роки ХХ ст – 10-ті роки ХХІ ст.) порушує коло питань щодо мовної моди, мовного стилю, мовного смаку, які по-різному проявляються на різних мовних рівнях і в різноманітних комунікативних ситуаціях. Більш детально зупинимося на моментах впливу соціально-економічних та ідеологічних чинників на прояви мовної моди у виборі номінативних одиниць для назв підприємств, магазинів, агенцій, партій, організацій тощо.

Під дефініцією «мовна мода» ми розуміємо «специфічну форму проявів мовної культури через мовні звички та смаки, комунікативних цінностей і тенденцій, які переважають у будь-якому суспільстві в певний відрізок часу» [1, с. 162].

Ергонімі є важливими складниками комунікації, оскільки задовольняють потреби у спілкуванні між власником-номінатором та реципієнтом, виконують семантичне навантаження. Завдяки цим ВН відбувається поєднання номінатора з адресатом; водночас ергонімі репрезентують естетичні смаки та мовні ідеали соціуму окресленого часового проміжку, моду, національні й культурні традиції, ціннісні орієнтири та пріоритети [1, с. 10].

За основу дослідження ономастичних одиниць покладено такі атрибутивні (внутрішні) цінності моди, як універсальність, сучасність, демонстративність та гра (за А. Б. Гофманом). Ці цінності автор називає структуротвірним компонентом мови, але зауважує, що лише разом, у сукупності вони стають модною тенденцією. Також автор стверджує, що з універсальністю пов'язана і така риса моди, як масовість: вона притаманна різним верствам, соціальним прошаркам, професійним групам, демографічним категоріям тощо [1, с. 12].

Згідно з дослідженнями когнітивної і психолінгвістики, головною метою ергонімів є мотивувати реципієнта до певної дії (щось купити, за когось проголосувати, комусь щось віддати тощо), тобто ергонімі мають виконувати передусім рекламну функцію.

До універсальних ергонімів української лінгвокультури належать відантропонімні назви, утворені шляхом трансонімізації. Найпопулярнішими на Вінниччині натеper є назви «Анастасія» (18 позицій магазинонімів, сервісонімів та медицинонімів), «Лідія» (12 позицій), «Ольга» (9 позицій), «Вікторія» (9 позицій), «Надія» (8 позицій), а в 90-ті – «Наташа», «Світлана», «Марія».

Існують і відпатронімі назви різноманітної конотації: магазиноніми «ВІДІВАН», автосалон «Владимир», сервіонім баня «Саньок», куліонім «Саніч», готельнім «Сан Саніч» тощо

Цікаві відантропонімі трансонімізовані відмінкові форми, які ще з 90-х років закріпилися в модних тенденціях ергонімотворення Вінниччини: рестораноіми і тавероніми «У Валентина», «У Саніча», «У Васильовича», «До Степановича», сервісонім «У Ольги», «У Надії» тощо.

Відантропонімічних ергонімів близько 10% від усіх зібраних на Вінниччині зразків.

У сучасному ергонімотворенні є декілька модних тенденцій: орієнтація на простоту і мотивованість, а також використання мовної гри в ергономінаціях: агенціонім «100% відпочинку», «Все по 5», фірмонім «ДІЯти», рестораноіми «777», «H₂O», «XS» тощо.

Ергоніми відображають мовну і політичну ситуації, й просто взаємодію мов у країні, в регіоні на певному історичному етапі. За нашими спостереженнями у дев'яності роки минулого століття в ергоурбонімії міста переважали російськомовні оніми (86,4% від усіх, вказаних у телефонному довіднику), але вже після подій 2014 року, анексії Криму та війни, яку приніс на нашу землю «руський мир», стало «модним» не тільки розмовляти українською, але й називати об'єднання людей іменами, пов'язаними з українською символікою, історією, культурою: партіоніми «Самооборона майдану Вінниччини», «Рух за очищення від корупції», «Українське об'єднання учасників бойових дій та волонтерів АТО», клубонім «Військово-патріотичний клуб «СВІЙ», магазиноіми «Калина», «Україна», куліонім «Гопак», фірмонім «Український дім» тощо.

З'являються назви куліонімів та сервісонімів із гумористичною конотацією. Політичне життя й ідеологічна боротьба, цитати з теленовін стають будівельним матеріалом для ергонімів-неологізмів, причому лексичні значення набувають нової конотації (змінюється їх смислове навантаження): партіонім «Укроп» (Українське об'єднання патріотів), куліонім «Бендерівець» (той, хто любить Україну, але через –е-, як Остап Бендер із «12 стільців» Ільфа і Петрова), куліонім «Останній снігур» (оказіональний неоергонім, як засіб сатиричної відповіді на нісенітницю про українських дітей, які нищать снігурів, бо вони кольору російського прапора), «Військторг» (волонтерський центр допомоги бійцям АТО – як оказіональний ергоніологізм-відповідь на промову російського Президента, про те, що шахтери Донбаса танки і найновішу зброю купують у військторзі) тощо.

Поряд із організаціями «Допоможи дітям», «Від серця до серця», з'являються **волонтероніми**, пов'язані із допомогою військовим на фронті й тим, хто повернувся з війни, зазнавши фізичних ушкоджень і психологічних травм, стихійні громадські центри допомоги біженцям, організації пошуку зниклих без вісти, фонди матеріальної й медичної допомоги бійцям на передовій тощо: «Рада громадянської безпеки», «Батальйон технічної підтримки», «Народний проект», «Крила фенікса», «Повернись живим», «It sector», «Combat-UA», БФ «Сестра милосердя», «Армія SOS», «Народний тил», «Фонд Діани Макарової», «Герої АТО», благодійний фонд «Блага Надія», БФ «Національне відродження», ГО волонтерська група «Сова», «Південний пост», «Перемога 91/1», ГО «Ангел-охоронець», «Крок назустріч», «За Україну», «Домовичок», «Армія патріотів України», «Армія SOS», БФ «Єдина родина», «Січові стрільці», «Білий пошук», «Пошукова ініціатива Майдану», «Євромайдан SOS», «Центр звільнення полонених» тощо. Волонтероніми можемо розподілити на вісім груп, відповідно до їхньої конотації:

1. історичної і політичної: «Рада громадянської безпеки», «Народний проект», «Євромайдан SOS», «Січові стрільці», «Народний проект», «За Україну»;
2. воєнної та військової: «Батальйон технічної підтримки», «Армія SOS», «Combat-UA», «It sector», «Герої АТО», «Перемога 91/1», «Південний пост», «Армія патріотів України»;
3. милосердя: «Сестра милосердя», «Ангел-охоронець»;
4. благодійності: «Блага Надія», «Батальйон технічної підтримки», «Єдина родина»;

5. пошуку і звільнення полонених: «Білий пошук», «Центр звільнення полонених», «Пошукова ініціатива Майдану»;
6. віри в майбутнє: «Крила фенікса», «Повернись живим», «Блага Надія»;
7. відантропонімі: «Фонд Діани Макарової»;
8. прихованої конотації: «Сова», «Домовичок» тощо.

Українці, розділені лінією фронту, єднаються, допомагають і тим, хто втік від війни на мирні території, залишившись ні з чим. І тим, хто не може самотужки вибратися з окупованої території. З'являються і забуті в мирний час **содаліціоніми** (найменування таємних, підпільних організацій): *Волонтерська сотня «Кожен може допомогти», «Бойові бжліки», «Донбас SOS», «Мені не байдуже» тощо.* На окупованих територіях діють і партизанські загони (теж віднесемо цю групу ергооб'єктів до содаліціонімів): *«Тіні», «Новоазовські українські партизани» тощо.* Ці назви говорять самі за себе і їхня конотація цілком зрозуміла.

Волонтери об'єднуються в соцмережах, створюючи спочатку групи, а потім і організації. Назви усі конотовані і мотивовані, інколи з прихованим підтекстом.

Отже, ми виокремили мотиви ергономіації, особливості онімів на позначення назв груп людей, об'єднаних спільними інтересами, професійними зв'язками, відповідно до їхньої конотації, з'ясували частотність дублетів, причини повторюваності ергонімів. В наступних студіях зосередимо увагу на мотиваційних та дериваційних особливостях ергономіації.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гофман А. Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения / А. Б. Гофман. – Москва: Наука, 1994. – 160 с.
2. Кочерган М. П. Загальне мовознавство. Соціолінгвістика, її предмет, завдання і проблеми [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://litmisto.org.ua/?page_id=14989.
3. Карпенко О.Ю. Проблематика когнітивної ономастики. Монографія. – Одеса: Астропринт, 2006. – 376 с.
4. Отин Е. С. Словарь коннотативных собственных имен / Е. С. Отин. – Донецк: Юго-Восток, 2004. – 410 с.

Oksana Melnik

SOCIOLINGUISTIC ASPECT OF THE ERGONEMS OF VINNICHINA

This article defines the sociolinguistic aspect of ergonems, of Vinnichina, the significance of the definition of "linguistic fashion" is found out, the reasons and motives of preference of Vinnytsya citizens ergonems, volonteroname are classified according to their connotations.

Key words: ergonems, sociolinguistics, volonteroname, sodalitsioname.

Оксана Мельник

СОЦИОЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ЭРГОНИМИКОНА ВИННИЧИНЫ

В статье выделен социолингвистический аспект эргонимикона Винницкой области, установлено значение дефиниции «языковая мода», причин и мотивов предпочтений винничан в эргономіації, классифицированы волонтеронимы в соответствии с их коннотацией.

Ключевые слова: эргоним, социолінгвістика, волонтероним, содаліціоним.