

**Мотивация слова в английском языке как отражение языковой картины мира**

**Научный руководитель – Шевелева Ирина Александровна**

*Винокурова Полина Андреевна*

*Студент (бакалавр)*

Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского, Брянск,  
Россия

*E-mail: polinvinockurova@gmail.com*

Предметом данного исследования является отражение современной языковой картины мира в мотивации названий английских модных брендов и автомобильных марок.

Языковая картина мира есть отражение окружающей действительности в человеческом сознании, выраженное посредством языка; названия явлениям, действиям, предметам давались, исходя из представления о происходящем, по средством вычленения определенных знаковых признаков, на основании которых и формировались звуковые и графические оболочки и именно мотивированность слова является отражением особенностей восприятия мира в значениях слов и их визуальных формах. [1] Таким образом, мотивация современных названий модных брендов и автомобильных марок, несмотря на призму глобализации, дает представление о менталитете и современной языковой картине мира англичан. Именно этот факт свидетельствует об актуальности данного исследования.

За основу взята классификация степеней мотивации слова Е.А. Земской, согласно которой выделяются следующие степени [2]:

1. Основная мотивация.
2. Периферийная мотивация.
3. Прямая мотивация.
4. Переносная мотивация.

Также исследование проводится с учетом классификации видов мотивации на семантическую, морфологическую и фонетическую мотивации слова.

Анализ отражения современной языковой картины мира в мотивации слова проводится на основе названий модных брендов и марок автомобилей.

Strombie - производитель верхней одежды. С точки зрения лексикологии, слово strombie мотивированно семантически по названию создателя бренда Джона Кромби.

Gloverall получил популярность благодаря производству даффл-котов (duffle coat), до этого компания изготавливала спецодежду и перчатки. Таким образом, слово Gloverall было получено путем сложения двух слов glove (перчатка) и overalls (спецодежда) и синкопирования части -over, чтобы избежать ее повторения. В синкопированном слове нельзя проследить его мотивированность, но из полного словосочетания можно сделать вывод, что слово мотивировано семантически по признаку специализации на производстве перчаток и спецодежды.

Harris Tweed - ткань, покорившая многих кутюрье и ставшая любимым материалом для создания шедевров Коко Шанель, Ральф Лорена, Александра Маккуина и Вивьен Вествуд. Обратившись к этимологии слова tweed, можно обнаружить, что свои истоки оно берет в слове twill, глаголе, обозначающем способ изготовления ткани путем переплетения нитей по диагонали. Таким образом, мотивированность данного слова - семантическая, по способу изготовления материала. Касательно слова Harris, оно так же семантически мотивированно, но по другому признаку. Для того, чтобы понять, почему в названии появилось это слово, нужно обратиться к истории создания самой ткани, которая началась на острове Lewis and Harris, третьем по величине из Британских островов. Хоть твид и стал

символом всей Британии, производители, в силу своего менталитета и трепетного отношения к истории своей земли, употребили название острова как составную часть названия ткани. Таким образом, слово Harris, как часть названия Harris Tweed, будет семантически мотивированно по месту, где была изобретена ткань.

Maybelline не является исконно британской маркой, но ее название стоит рассмотрения с лексической точки зрения. Названием для марки послужило сложение двух слов Mayble (имя сестры создателя) и vaseline (вазелин). Произошло синкопирование, часть слова vaseline была убрана, в слове Mayble были поменяны местами буквы l и e. Таким образом, мотивированность данного названия можно определить как морфологическую, так как обе основы не лишены своего первоначального смысла в рамках производного слова.

Rolls - Royce Motor Cars Ltd - легендарный английский производитель автомобилей класса «люкс». Название компании происходит от фамилий двух создателей - коммерсанта Чарльза Стюарта Роллса (Charles Rolls) и инженера Фредерика Генри Ройса (Henry Royce). Следовательно название мотивированно семантически по признаку « фамилия создателя».

Invicta - автомобилестроительная компания, производящая спортивные автомобили с 1925 года. Названием автомобильной марки послужило латинское слово «invicta» в английском языке есть прилагательное «victorious» и существительное «victory», которые несомненно берут свое начало от уже названного латинского слова. Мотивированность данного названия можно установить, даже учитывая тот факт, что оно не является английским. Это морфологический вид мотивированности. Чтобы доказать это, сделаем морфологический анализ слова. «Invicta» номинативная форма женского рода прилагательного «invictus» («непобедимый»). Окончание -a в женском роде именительном падеже является показателем склонения данного прилагательного по 1-2 типу. Корень «vict» имеет смысл «победа», префикс in- отождествляет отрицание признака, равен русской приставке не-. Таким образом, каждая часть слова несет за собой определенное значение. Следовательно, слово мотивированно морфологически.

### **Литература**

1. Гумбольдт В. фон. О различии строения человеческих языков и его влиянии на духовное развитие человечества.: Избранные труды по языкознанию. М., Прогресс, 2000-324с.
2. Земская Е. А. Виды семантических отношений словообразовательной мотивации // Wiener Slavistischer Almanach, Bd. 13, 1984. - С. 337 - 349.