

Висновки. Латина продовжує залишатися важливим культурним явищем сучасного світу. Сфера застосування латинської мови в наш час продовжує залишатися досить широкою і значущою.

За даними досліджень, відсоток татуювань латиною значно поступається татуюванню англійською мовою, але переважає за російські, французькі, арабські та навіть китайські.

Латинська мова, володіючи сильно вираженою магічною функцією, стала досить популярною в сучасній творчій сфері. Це є прямим доказом того, що латина досі має значуще місце в сучасній культурі, а зокрема в такій галузі мистецтва, як тату і боді арт.

СЛЕНГ

Третяк В. А.

Науковий керівник: Берестова А. А.

Національний фармацевтичний університет, Харків, Україна

tretiakveronika10@gmail.com

Вступ. Мова – це єдина, цілісна, складна система знаків: фонем (звуків), морфем (частин слова), слів, речень, яка служить для називання предметів, явищ об'єктивної дійсності та понять, є засобом спілкування, обміну думками і формування думок. Сленг – порівняно маловивчена галузь українського мовознавства, а також це різновид розмовної мови, яка оцінюється суспільством як неофіційна.

Мета дослідження. Дослідження цього спектру є дуже важливим для розвитку мовознавчої науки, насамперед лінгводидактичних цілей. Опис наявних жаргонних підсистем, аналіз їхньої лексики, взаємозв'язк із національною мовою та літературним стандартом, територіальними діалектами; характеристика жаргонізованих стилів сучасної усно-розмовної комунікації, особливо урбаністичної; вивчення українських аргі 19-20 століття у проекції.

Матеріали та методи. Люди вже давно сприймають мову, як надбання народу, і це правильно, але люди, які займаються філологічними проблемами, забувають, що мова це живий організм і зазнає певних перетворень. Багато науковців поділяють поняття сленг за місцем його утворення та місцем вживання. Тому часто ми зустрічаємо такі поняття, як військовий, дитячий, кавовий, комп'ютерний, космічний, міський, морський, молодіжний, музичний, одеський, професійний, сімейний, університетський, футбольний сленг, сленг шоу-бізнеса. Методами дослідження можуть бути: робота лінгвістів, які вивчають теорію журналів, газет, Інтернет-ресурсів, де молодь послуговується саме такою лексикою; соціологічне опитування, під час якого відбувається контакт із молоддю тощо.

Результати дослідження. Джерела молодіжного сленгу: українська мова: *возик* – механічний пристрій для перевезення вантажів та людей (автомашина), *коза* – невелика рогата жуйна тварина (комбінація Ctrl+Alt+Del), *вивіска* – дошка з будь-якого матеріалу, на якій зроблено напис, іноді з малюнком, що означає рід діяльності або назву підприємства (обличчя), *картка* – невеликий чотирикутний аркуш твердого паперу (обличчя), *тюлень* – ссавець ряду ластоногих (п'яний) і багато інших; запозичення з інших мов: англійської: *коннектитися* – встановлювати зв'язок з Інтернетом, *мило* – електронна пошта, *контроль-брик* – комбінація Ctrl+Break, *лузер* – людина, неспроможна працювати з комп'ютером,

лолдаун – закриття, *клікати* – натиснути на кнопку миші, *смоук* – паління, *крейзі* – психічно хворий; слова, запозичені з мови мережевої субкультури: *капс* – написання всіх слів з великими літерами, *чікса* – молода дівчина, *комп* – комп'ютер, *клава* – клавіатура, *геймер* – людина, яка грає в комп'ютерні ігри, *чайник* – початківець, *движок* – ядро «двигун» програми, *бебік*-дитина, *фтикати* – розуміти, користуватися, вміти; слова, запозичені із злочинської лексики: *шухер* - небезпека, *тусовка* (спочатку з кримінальної сфери) – збіговисько людей, *братва* – звернення, *шмон* - перевірка; нейтральні вислови: *фіолетово* – байдуже, *крутий* – дуже добрий, *кльовий* – добрий, веселий, *відстійний* – поганий, *обломитись* – дістатись випадково, за блатом, *грузити* - давати велику кількість непотрібної інформації; нові переносні значення технічних термінів: *смс* – спосіб мобільного листування, *клон* – копіювання.

Висновки. Вивчення молодіжного сленгу дасть змогу зробити не тільки граматичний і стилістичний аналіз, але і краще зрозуміти молодь, це питання допоможе хоч приблизно визначити моральний рівень розвитку сучасної молоді. Детальне розділення сленгу на своєрідні підгрупи дає можливість більш детально вивчити процеси словотворення та вживання і, як наслідок, проаналізувати причини його утворення. У більшості розвинених країн вивчення таких сфер мови як сленг чи жаргонізм є природнім явищем і багато науковців присвячують свій час складанню певних словників, що отримують назву «словник сучасного сленгу». Недостатність вивчення таких питань призводить до духовного занепаду, адже між людиною та мовою створюється своєрідна прірва, саме тому актуальність цього питання так гостро постає сьогодні.

СТРУКТУРА НАЗВ ЛІКАРСЬКИХ ПРЕПАРАТІВ(НА ПРИКЛАДІ НОМЕНКЛАТУРИ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ АПТЕЧНОЇ МЕРЕЖІ «ЗЕЛЕНА АПТЕКА»)

Яворська В. С.

Науковий керівник: Світлична Є. І.

Національний фармацевтичний університет, Харків, Україна

yavorskavaleria@gmail.com

Вступ. Сучасна номенклатура лікарських засобів складається з великої кількості найменувань. Крім того, діапазон назв дуже широкий: наукові хімічні назви, що зустрічаються переважно в науковій літературі, міжнародні непатентовані назви активних фармацевтичних субстанцій та фірмові торгові назви препаратів, з якими найчастіше стикаються лікарі та споживачі. Характерною особливістю фірмових назв є те, що при їх формуванні перш за все враховуються психологія споживача і закони маркетингу, адже назва повинна сприяти просуванню засобу на фармацевтичному ринку. Лікарський препарат, виготовлений на основі однієї фармацевтичної субстанції, може мати багато синонімічних назв, навіть якщо лікарська форма, доза, фармакологічна дія та спосіб застосування ідентичні. Значна ж кількість назв та їх подібність породжують небезпечну можливість помилок при приписуванні та вживанні лікарських засобів, які загрожують здоров'ю та життю пацієнта. Тому виважене ставлення до творення фірмових назв препаратів є надзвичайно важливим.