

<https://doi.org/10.28925/2311-2425.2024.232>
УДК 81.11 '27

ІНДИВІДУАЛЬНІ НОМЕРНІ ЗНАКИ ТРАНСПОРТНИХ ЗАСОБІВ У КОМУНІКАТИВНО-КОГНІТИВНІЙ ПЕРСПЕКТИВІ

Борисов О. О.

Пенітенціарна академія України (Чернігів)
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6159-199X>
neapol.1985@gmail.com

Васильєва О. Г.

Пенітенціарна академія України (Чернігів)
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3241-4892>
lenkavas27@gmail.com



This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/> or send a letter to Creative Commons, PO Box 1866, Mountain View, CA 94042, USA.

Статтю присвячено лінгвістичному розгляду іменних номерних знаків транспортних засобів фізичних та юридичних осіб, що виготовляються за індивідуальними замовленнями їхніх власників та є офіційними ідентифікаторами автомобіля / мотоцикла на дорогах України. У розвідці обґрунтовується факт того, що індивідуальний номерний знак є результатом лінгвокреативної діяльності індивіда того чи іншого рівня абстракції та водночас неповторним явищем комунікативного простору українського соціуму. Якщо стандартні номерні знаки, які надаються сервісами МВС України, мають знеособлений характер і лише прив'язують транспорт до його власника та до регіону його реєстрації, то іменний знак є відбиттям бажання індивіда вступити в комунікативний контакт із соціальним світом навколо, передаючи унікальну інформацію про свою мовну особистість. Прагматика повідомлення, створеного номерним знаком, соціально обумовлена. Необхідність взаємодії з широким колом потенційних читачів цих номерів детермінується такими соціальними потребами як виживання, кооперація з іншими, підтримка, повага, належність до певної спільноти та/або побудова такої спільноти, слідування моді, самовираження, самоствердження тощо. Для реципієнтів знак, зображений на номері, може бути вмотивованим або невмотивованим. Форма його тексту створюється літерами різного регістру латиницею чи кирилицею, окремими цифрами або їх комбінаціями. Структурно знак може бути словом, аббревіатурою, формулою, словосполученням, реченням або послідовністю літер і цифр. Основними ознаками концепту "іменний номерний знак"

є суб'єктивність; офіційність; індивідуальність; інформативність; символічність; оцінність; емоційність; експресивність; навмисність; самопрезентативність. Він є комплексною когнітивною структурою знання про об'єкт матеріального світу як обов'язкову частину будь-якого механічного транспортного засобу та формується на перетині концептів "транспортний засіб", "володар", "знак", "держава", взаємопов'язаних, зокрема, метонімічними відношеннями. Семантична класифікація іменних номерів здійснювалася за ознакою референції: вони включають імена людей, прізвища, прізвиська, назви компаній, брендів, платформ, кафе, ресторанів, міфічних істот, явищ природи, кінофільмів, субстанцій, звуків природи тощо. Номерні знаки у вигляді цифро-літерних позначень, які мають на меті породження відчуття краси у реципієнтів, на наш погляд, містять знання нумерологічного характеру, які потребують особливих знань та технік дешифрування.

Ключові слова: індивідуальний номерний знак, комунікація, лінгвокреативна діяльність, концепт, номінація, текст.

Borysov O.O., Vasylieva O.H. Individual license plates of vehicles in the communicative and cognitive perspective

The article focuses on analyzing personalized license plates issued for vehicles of individuals and legal entities. A made-to-order plate is an official identification of a car or motorcycle on the roads of Ukraine. The article argues that these license plates demonstrate the owner's linguistic creativity and represent a unique form of communication within the Ukrainian society. While standard license plates provided by the Ministry of Internal Affairs of Ukraine are impersonal and only serve to link a vehicle to its owner and a region of its registration, a personalized plate serves as a way for individuals to express their desire to engage in communication with the social world around them, conveying unique information about their linguistic identity. The message conveyed by the license plate demonstrates practicality and social norms. The need to interact with a broad spectrum of potential readers is determined by such social needs as survival, cooperation, support, respect, belonging to a particular community, creating a community, following trends, self-expression, self-affirmation, etc. The sign on the license plate may be motivated or unmotivated to its recipient. The form of the text is letters in either upper or lower case in Latin or Cyrillic, individual digits, or combinations of these. Structurally, the sign can be a word, abbreviation, formula, phrase, sentence, or letters combined with figures.

The main features of the concept of "personalized license plate" are subjectivity, officialness, individuality, informativeness, symbolism, evaluation, emotionality, expressiveness, intentionality, and self-presentation. It is a complex cognitive structure of knowledge about an object of the material world, which is an integral part of any mechanical vehicle. The concept is formed where the concepts of "vehicle", "owner", "sign", and "state" overlap due to metonymic relations. The semantic classification of license plates was carried out based on reference, such as the names of people, surnames, nicknames, company names, brands, platforms, cafes, restaurants, mythical creatures, natural phenomena, movies, substances, sounds of nature, etc. Besides, we believe that license plates in the form of letter and number combinations designed to evoke beauty in recipients encompass numerological knowledge that necessitates specific understanding and decoding techniques.

Keywords: individual license plate, communication, linguistic creativity, concept, nomination, text.

Вступ. Однією з ключових функцій соціальної системи, до якої зокрема належить окремий етнокультурний соціум, є забезпечення кожному її елементу – людині – збереження та розкриття своєї суті (Козловець та ін., 2001, с. 131). Функціонування соціального цілого та його частин стає можливим лише завдяки загальним та конвенційним процесам когнітивно-номінативної (семіотичної) переробки реальності членами суспільства та подальшої трансляції індивідуально значущих смислів один одному, під час чого люди декларують себе, виражають своє "Я", виявляють свої властивості, ознаки, мотиви, ціннісні орієнтації тощо (Селіванова, 2008). Навіть під час звичайних інтеракцій унаочнюється, насамперед, реалізація інтенції ввести інших до сфери свого впливу, залучити їх як партнерів або об'єктів до вирішення власних завдань (Borysov & Vasylieva, 2022).

Соціальне життя як простір нескінченних взаємодій вибудовується соціальними діями. Людська дія набуває рис соціальної, коли вона раціональна і знаходиться у зв'язку з діями інших, впливає на них і зазнає зворотного впливу (Козловець та ін., 2001, с. 142). Вона виформовується самостійно або як частина ширшої соціальної діяльності в результаті об'єктивного та аксіологічного потрактування ситуації суб'єктом дії та передає можливому реципієнту повідомлення, яке підлягає інтерпретації, тобто формуванню суб'єктивного значення цієї дії, та реакції у відповідь.

Кодифікація повідомлення, його трансляція та подальше дешифрування уможлиблюється, насамперед, завдяки знаковим системам національних мов, які забезпечують (комунікативний) взаємозв'язок між індивідами в глобальному та етнічно окресленому світі (Селіванова, 2008, с. 32). Існування соціального простору, таким чином, є можливим лише завдяки комунікації, яка за своєю суттю також є соціальною діяльністю, реалізація якої відбиває необхідність задоволення наявних потреб. Потреба – це психологічний стан невдоволення ситуацією, в залежність від якої потрапила людина (Варій, 2009, с. 129). Раціонально усвідомлена та забарвлена емоційно, вона (у сукупності з іншими потребами) виступає стимулом до перетворення навколишньої реальності.

Усі потреби можна умовно розділити на три види: *біологічні* (індивідуальне та видове виживання людини), *соціальні* (належність до соціальної групи, наявність підтримки, поваги, необхідність бути в центрі уваги, здійснювати волевиявлення, контроль тощо) та *ідеальні* (пізнання внутрішнього світу та світу зовнішнього) (Варій, 2009; Максименко &

Соловієнко, 2000). Через потреби, які відбивають інтереси та ціннісні орієнтири суб'єкта, об'єктивна реальність оволодіває його свідомістю та формує систему його цілей – сформованих у свідомості образів перетвореної дійсності, яка задовольняє потребам суб'єкта (Варій, 2009, с. 63). У свою чергу, поставлені цілі також є спробами оволодіти навколишнім світом, змінити його під себе, виявити своє "Я", самоствердитися, самореалізуватися тощо.

Одним із способів самоствердження та виділення себе серед інших є офіційна заміна звичайного (стандартного) номерного знака на своєму транспортному засобі (т/з) індивідуальним або іменним (ІНЗ). *Державний номерний знак* – ідентифікація автомобіля / мотоцикла та його володаря. Номерні знаки, що виготовляються суб'єктами господарювання, повинні відповідати зразкам та вимогам, установленим МВС України ("Постанова КМУ", 2023). Згідно зі статтею 37 Закону України "Про дорожній рух", забороняється експлуатація незареєстрованих (неперереєстрованих) транспортних засобів, ідентифікаційні номери складових частин яких не відповідають записам у реєстраційних документах, знищені чи підроблені, без номерного знака тощо ("Закон України", 1993). Комбінація з літер (латиниці) та цифр є унікальною в кожному випадку та має прив'язку до регіону, де реєструвався транспортний засіб. Типово перші дві літери – код регіону, далі йде довільна комбінація з чотирьох цифр, останні дві цифри – серія номера, наприклад, ВО 4445 ЕТ, ВН 1618 НО, АХ 7888 СЕ тощо.

У фокусі нашого дослідження є номерні знаки, які володар т/з замовив собі в сервісному центрі МВС і які відрізняються текстом, запропонованим цим володарем. Вони дійсні лише на території України та видаються лише на один транспортний засіб. Їхнє функціонування регулюється постановою КМУ № 1081 від 11 липня 2000 р. під назвою "Про запровадження номерних знаків транспортних засобів, що виготовляються за індивідуальними замовленнями їх власників" ("Постанова КМУ із змінами", 2000).

Методологія дослідження. *Мета* роботи полягала в когнітивно-дискурсивному розгляді ІНЗ т/з. Фактичним *матеріалом* слугувало 134 ІНЗ, виявлених у довільному порядку на дорогах України (Чернігівська, Київська, Житомирська, Вінницька, Тернопільська, Хмельницька, Львівська, Закарпатська, Івано-Франківська області) за період жовтень-вересень 2023-2024 років. Вони належали як фізичним, так і приватним юридичним особам, недержавним службам, організаціям або установам. Для досягнення мети

дослідження використовувалися такі методи, як: спостереження, аналіз, описовий, семіотичний, інтерпретативний, структурно-семантичний, когнітивний, дискурс-аналіз, таксономічний. *Актуальність* цієї розвідки визначається тим, що вона проведена в руслі багатьох інших сучасних робіт, присвячених дослідженню найрізноманітніших комунікативних явищ, процесів, взаємодій, впливу в цілому, зокрема в когнітивно-комунікативному розрізі. *Новизна* студії визначається тим, що розгляд ІНЗ т/з як когнітивно-комунікативного та соціокультурного феномена життя українського етносу пропонується на теренах вітчизняної лінгвістики вперше.

Результати дослідження і обговорення. Обрання ІНЗ, замість стандартного номера під час реєстрації т/з чи після неї, не є випадковістю. Чимало володарів т/з витрачають додаткові кошти на такі знаки, і їхня кількість постійно зростає. Причина, на наш погляд, криється в соціальних потребах індивідів. Будь-яка людина протягом життя реалізує потребу бути членом того чи іншого соціуму, певної соціальної групи, класу, субкультури тощо. Для цього вона своїми діями демонструє бажання та здатність бути членом такої спільноти, тобто займається самовираженням, або самопрезентацією. Така діяльність може бути й відображенням реалізації потреби самоствердження. Тут доречно буде представити один із прикладів того, як саме рекламуються іменні номерні знаки: "Красивий номерний знак автомобіля, що запам'ятовується, допоможе відрізнити авто від безлічі інших автомобілів, надасть йому індивідуальності й престижу. Новий привабливий автономер значно прикрасить авто" (Nomeroff, 2024). Недарма в англійській функціонує словосполучення *a vanity plate* – *номер марнославства*. Існують і інші назви таких номерних знаків у Співдружності націй: *a personalized plate, a prestige plate, a private number plate, a cherished plate or a personalized registration or a custom plate* (Wikipedia b, 2024).

Тож через ІНЗ індивід демонструє себе оточуючому світу, виражає свою особистість, зокрема свою мовну особистість. Саме через знак він вступає в комунікацію з іншими водіями чи пішоходами, хоче донести дещо унікальне про себе. Реципієнти повідомлення, таким чином, опосередковано вступають у комунікативний контакт із водієм, намагаються дешифрувати повідомлення, закодоване (Бойко, 2024, с. 16) в автомобільному знаку. Відбувається комунікація, яка продовжується й з іншими людьми, з якими реципієнт повідомлення поділився побаченням та своїми враженнями. Саме це й було кінцевою метою володаря авто / мотоцикла – здійснити

інформаційний вплив на суспільство, поспілкуватися з іншими, саме таким чином продемонструвавши частинку свого "Я". Необхідність повісити ІНЗ відбиває й іншу людську потребу – потребу в знятті індивідуального психологічного напруження – інакше т/з мав би стандартний номерний знак.

Тенденція до кількості зростання власників ІНЗ є очевидною. Поступово створюється ціла спільнота володарів таких номерних знаків на дорогах України. Кожен водій може віднести себе вже й до цієї нової унікальної спільноти й отримати можливість до додаткового самоствердження.

Межі творчої фантазії безмежні, однак, у номерному знаку вона обмежується унікальним цифровим рядом, рядом літер або їхньою комбінацією. Згідно із законодавством, ІНЗ містить від трьох до восьми символів для автомобілів та від трьох до шести символів для мотоциклів. Зазначимо, що крім цифро-літерного позначення, до іменних номерів на рівні держави виставляються й інші офіційні вимоги, а саме – "заборона імітації державних символів, нецензурної лексики, дискримінаційних написів, символіки комуністичного тоталітарного режиму, націонал-соціалістичного (нацистського) тоталітарного режиму, воєнного вторгнення російського нацистського тоталітарного режиму в Україну та дозвіл на малюнок" ("Постанова КМУ, із змінами", 2000).

Спочатку розглянемо номери, які можуть бути або найкрасивішими з погляду їхніх володарів, що їх обрали, або простим співпадінням із "красою" звичайних номерів. Йдеться про номери з цифрами, комбінації яких *однакові*, чим одразу ж привертають увагу: АО 7777 **, КА 2222 **, ВІ 8888 ** (** залучено нами для того, щоб приховати серію реального номера) або *різні*: СВ 0200 **, ВО 5678 **, ВХ 1980 **, АТ 0001 **, СВ 2425 ** тощо.

Про причину, через яку було обрано саме ці цифри в згаданих вище номерах, можна лише здогадуватися. Безсумнівним є те, що вони, дійсно, демонструють тенденцію до неповторності та виділяють автомобіль / мотоцикл серед інших т/з, підкреслюючи індивідуальність його господаря. За об'єктивної неможливості опитування власників таких автомобілів / мотоциклів та з'ясування, чому саме вони обрали саме цей символічний ряд, а не інший, пропонуємо класифікувати номери за критеріями зовнішньої *вмотивованості* – *невмотивованості* такого позначення. Назви будуть вважатися *вмотивованими*, якщо вони легко піддаються декодуванню, відповідаючи на поверхневе запитання: "З чим пов'язана ця назва?", тобто

яка її референція, а, отже, *значення*. Водночас, запитання "чому обрано саме таке автомобільне позначення?", тобто якою є внутрішня форма знакової одиниці, може отримати остаточну відповідь лише під час опитування респондентів. *Невмотивовані* назви будемо розглядати як такі, інференції з яких є незрозумілими. Їхня внутрішня форма невідома. Приміром, такі номери, як KRASOTKA, Voitshovych, ВІТАХА, ARSEN або ФІЗРУК є зрозумілими назвами, які, тим чи іншим чином, співвідносяться із зовнішністю дівчини, яка сидить за кермом, прізвиськом, ім'ям, професією або прізвиськом водія тощо. Водночас, назви типу ID 4, HOME 130, XIXIX, ELEEK, R 8880 потребують особистого знання водія чи ширших знань про світ, зокрема для правильної інтерпретації синонімічних аббревіатур типу DDD (Domain Driven Design, Дай дурню дорогу або DDD Agency) або RCB (бренд, автоматичний вимикач остаточного току тощо).

З погляду *форми* такі позначення на номерних знаках будуються за допомогою цифр та літер різної величини, розташованих окремо, зокрема з повтореннями (000; STEP, SPDM; MOOORE), або всередині комбінацій в номері (N 2515 M; UA 9955; 300 N; A 0001), представлених як латиницею (YURA; DZYGA; VRS), так і кирилицею (Ш 8888 В; КУСЬ; ВОЛОЦЮГА). Це стосується й предикативних словосполучень або речень, які представлені кирилицею (ШО), або латиницею (AMORFATI (*любов до своєї долі*)).

Концепт "індивідуальний номерний знак" формується як комплексна когнітивна структура знання про об'єкт матеріальної культури соціуму, яка графічно реалізує інформацію і транслює її в соціальний світ, а значить, має ідеальний характер (Борисов & Васильєва, 2023). Він метонімічно будується на перетині ядерних концептів "транспортний засіб", "володар", "знак", "держава". Метонімія тісно пов'язує ментальні структури, реалізуючи, у свою чергу, низку глибинних зв'язків між такими їхніми субконцептами, як "творчість" – ("результат творчості" – "графіка": ("текст" / "ім'я")) – "частина транспортного засобу" ("металева табличка"). У свою чергу, відмітимо, що концепт "стандартний номер знак" містить концепт "володар" як частину своєї периферії, адже зміст номерного знаку визначається поза участю в цьому процесі володаря т/з.

Розглядаючи ІНЗ як особливий продукт лінгвокреативної творчості людини, можна стверджувати, що він пов'язаний з низкою лінгвістичних категорій, які утворюються навколо його властивостей: 1) суб'єктивність; 2) індивідуальність; 3) інформативність; 4) символічність; 5) оцінність;

6) емоційність; 7) експресивність; 8) навмисність; 9) самопрезентація; 10) офіційність.

Такі ознаки можуть проявлятися в номері повністю або в переважній більшості. Як приклад, візьмемо, номери WOLF та BOSCH. Позашляховик з першим знаком дає уявлення про його господаря, принаймні той образ, який суб'єкт хоче продемонструвати зовнішньому світові: створена картинка відбиває образ хижака та інкорпорує всі перераховані категорії. У другому випадку зафіксоване на фургоні німецької фірми рекламне повідомлення навряд чи передає емоції чи оцінки – вони індивідуальні в кожного споживача продукції марки Bosch. Метонімічно ІНЗ співвідноситься з маркою та тими продуктами, що виробляє цей бренд. Однак в таких назвах не фіксуємо й справжньої символічності чи експресивності.

Подальший аналіз ІНЗ транспортних засобів дозволив провести їхню таксономію за низкою ознак. Випадки, які можуть передбачати подвійне трактування будемо позначати додатково *: так буде елімінована можлива помилка в інтерпретації. Тож фіксуємо номерні знаки, які включають наступні назви, що на вербальному рівні представляють слоти фреймової структури концепту "індивідуальний номерний знак":

1) власне ім'я: VIKTORIA, AMAR*, НАСТЯ, зокрема розмовні варіанти ТОНА, ВИТАХА, ARTEMON, KARIK*, MAXON;

2) прізвище: Voitsehovych, KOVAL, FESENKO, KURBEKO;

3) прізвисько, з референцією до

1) *тварин*: FOX*, WOLF*, СЛОН 20*; 2) *комахи*: Шершень, 3) *членистоногих*: SCORPION*; 4) *національностей*: IRLANDES, 5) *роботи / професії*: PREPOD, ELEKTRIK*, ОХОТНИК*, ФІЗРУК; 6) *зовнішнього вигляду*: ЛИСИЙ1; KRASOTKA; 7) *негативних якостей характеру*: VREDINA*, SKODNIKK*; 8) *колір*: GREEN*; 9) *титулів*: GRAF*;

4) міфічна істота: FENIKS*; BABAYKO*;

5) удача: FART;

6) явище природи: SNEG*, VODOPAD*, MOOORE*;

7) кінофільм: 2 FAST ("Форсаж");

8) співак: SHADY* (Емінем);

9) музичний інструмент: РОЯЛЬ;

10) кафе, ресторан: GRILLBOSS, БАЗИС 3, BAZIS, ISKRA;

11) компанія / бренд / продукт бренда: NEOCOM, HOME 125, BOSCH, PARADISE*, BULAT S*, ROMIRO, PODARUNKI, ЮА 24, MOTORDOC, DIDA;

12) платформа: MSF;

13) речовина: ХРОМ*, зокрема за хімічною формулою: C₂H₅OH;

14) латинський вислів: AMORFATI;

15) запитання: ІШО*;

16) оноματοпоетична одиниця: МУР МЯУ.

17) цифрово-літерні позначення: OBS 888; П ALPHA 4; I 00 I, DEF 142 тощо.

Можна припустити, що як літери, так і цифри грають важливу роль у формуванні тексту номера. За неможливості розшифрувати сполучення літер у номері, під час розгляду цифрових сполук, ми, окрім того, що йдеться про їхню безсумнівну красу, зробили припущення, що володарі т/з могли також звертатися до *нумерології* – езотеричного вчення про те, що числа визначають наше життя та існування всього того, що нас оточує (Wikipedia a, 2024). Нумерологія – це один із видів віщування, а віщування одна із стратегій пізнання (Костенко, 2023, с. 5), і, врешті-решт, самовираження. Не претендуючи на стовідсотково правильну інтерпретацію чисел/цифр у номерах (зазначимо те, що літери також можна перевести в числа, що впливає на загальний смисл ІНЗ, а кожна цифра, у свою чергу, має амбівалентну оцінку сутність, що надає інтерпретатору додаткових смислів (Костенко, 2023, с. 7; Lawrence, 2001, р. 80–140), відтворимо загальні значення цифр та представимо нумерологічне розуміння чисел (Костенко, 2023; Могілевич, 2024; *Нумерологія а, Нумерологія б*, Lawrence, 2001):

1. 0 – поєднання вічності і нескінченності, емоційність, веселість, відкритість до знань, зокрема, енергія: 000; I 000 I;

2. 1 – незалежність, лідерство, хоробрість, зокрема, міць, натхнення: BO 1111 **; сила, воля: I 001 I; цілеспрямованість: RR 100 L; оптимізм, ентузіазм: BS 1000 B;

3. 2 – партнерство, підтримка, толерантність, зокрема гармонія, невтомність: CB 2222**;

4. 3 – оптимізм, зростання, творчість, зокрема духовність, емпатія: X333X; BC 3333 **; душа знає, чого хоче: 300 N;

5. 4 – практичність, стабільність, втілення ідей, зокрема впевненість, самореалізація: AM 4444 **; KA 4444 **;

6. 5 – свобода, пристрасть, пригода, магнетизм, зокрема інтелігентність, розум: ВН 5555 **;

7. 6 – надійність, компроміс, гармонія, родина, зокрема відносини, духовна праця: СВ 4466 **; АТ 6666 **, хоча шістки можуть свідчити, навпаки, й про деструктивний ефект (Lawrence, 2001, p. 154);

8. 7 – глибина, аналіз, інтуїція, містицизм, зокрема духовне пробудження: Е 7777 А; І 7777 І; Г 7777 І; просвітлення, істина, вдача, духовне просвітництво: М 777 М; КА 7000 **;

9. 8 – статус, домінування, контроль, гроші, зокрема фінансовий успіх, величність: Ш 8888 В; ІД 8888; ідеальна людина: R 8880; вірність ідеалам, духовний шлях особистісного зростання: АП 88; OBS 888;

10. 9 – ідеалізм, прощення, духовність, ініціація, зокрема досконалість, талант: А 9999 М.

Висновки та перспективи подальших досліджень.

1. Іменний номерний знак – обов'язковий зовнішній аксесуар транспортного засобу, офіційно виданий державою за бажанням його володаря, який затверджує унікальну графічно репрезентовану смислову одиницю, що відрізняє т/з від усіх інших засобів руху.

2. Назва, закріплена номерним знаком, є продуктом лінгвосеміотичної, лінгвокреативної діяльності людини, реалізуючи комунікативну інтенцію господаря т/з. Через нього він/вона встановлює комунікативний контакт з потенційним читачем (іншими водіями, перехожими) та передає деяку інформацію, тобто несе смислове навантаження, дешифрування та розуміння якої залежить від загальних енциклопедичних знань, індивідуального досвіду, знання мови, етнічного контексту тощо.

3. Для реципієнтів знак, зображений на номері, може видаватися вмотивованим або невмотивованим, тобто таким, декодифікація якого потребує додаткових, немиттєвих мисленнєвих зусиль та залучення інформаційних джерел. За формою текст ІНЗ представляється у вигляді літер різного регістру, латиниці чи кирилиці, окремих цифр або їхніх комбінацій. Зазвичай, використовуються літери великого регістру та латинки. За структурою такий текст є словом, аббревіатурою, словосполученням, формулою, реченням або окремими літерами, поєднаними з цифрами.

4. Для водіїв ІНЗ є деякою внутрішньою необхідністю, яка відбиває потребу в комунікації з іншими, зазвичай, невідомими людьми або з масовим читачем. Цілі комунікації відбивають, насамперед, низку соціальних потреб,

які виникли у володарів т/з. Серед них можна назвати потреби у виживанні (рекламні повідомлення), вірі (у вдачу, фінансовий успіх, судьбу тощо), пізнанні оточуючого світу (приміром, нумерологічна його інтерпретація), кооперації з іншими, підтримці, повазі, належності до певної спільноти та/або в побудові такої спільноти (володарів т/з із унікальними іменами на номерах), потреби у слідуванні моді, перебуванні в центрі уваги, у здійсненні волевиявлення (демонструвати себе соціальному світі та змушувати інших вступати в комунікацію), а також у самовираженні та самоствердженні. Номерний знак такого типу – це сплав раціональності та емоційності: думка про таку соціальну дію презентації себе світу за посередництва номера є приємною.

5. Основними ознаками концепту "іменний номерний знак" є суб'єктивність; офіційність; індивідуальність; інформативність; символічність; оцінність; емоційність; експресивність; навмисність; самопрезентаційність. Він є комплексною ментальною структурою знання про об'єкт матеріального світу – номерний знак т/з, який водночас характеризується ознакою ідеальності, адже в ньому відображена як офіційна інформація про його володаря, яка прив'язує його до даного т/з, так і особистісна, та, яку індивід придумав та вирішив представити соціальному світу. Концепт вибудовується на тлі концептів "транспортний засіб", "володар", "знак", "держава", взаємопов'язаних зокрема метонімічними відношеннями.

6. Таксономія іменних номерів здійснювалася за ознакою референції та дала змогу встановити, що вони включають імена, прізвища, прізвиська, назви компаній, брендів, кафе, ресторанів, музичних інструментів, субстанцій, кінофільмів, міфічних істот, співаків, речовин, вдачі, явищ природи, соціальних платформ, одиниці звуконаслідування, або складаються з висловлень та речень. Інформація про це міститься у відповідних слотах фрейму концепту "індивідуальний номерний знак". Номерні знаки у вигляді цифро-літерних позначень, окрім естетичного моменту, вірогідно, несуть в собі знання нумерологічного характеру, які потребують особливих знань і технік дешифрування. Наведена класифікація відбиває такі способи взаємодії українською спільнотою зі світом, зокрема власниками унікальних номерів, як самопізнання, самоусвідомлення себе в спільноті, самопрезентація та самовираження.

Перспективою подальших досліджень може стати аналіз повідомлень, типу *За кермом Українка, BABY in car, Молюся, щоб не зламалася* тощо, які власники автомобілів наклеюють на заднє скло або багажники т/з.

ДЖЕРЕЛА

1. Бойко, О. (2024). Рекламний дискурс як моделювально-семіотична діяльність. *Studia Philologica*, 22(1), 11–20. <https://doi.org/10.28925/2412-2491.2024.221>
2. Борисов, О. О., & Васильєва, О. Г. (2023). Мовне втілення концепту McDONALD'S: семантико-когнітивний аспект (на матеріалі англomовних словників та сайту www.mcdonalds.com). *Науковий Вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія Філологія*, (60), 28–31. <https://doi.org/10.32841/2409-1154.2023.62.1.7>
3. Варій, М. Й. (2009). *Загальна психологія*. Центр учбової літератури.
4. Закон України "Про дорожній рух" (1993). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/3353-12#Text>
5. Козловець, М., Федоренко, В., & Маслак, П. (2001). *Соціологія*. ЖВІРЕ.
6. Костенко, А. (2023). *Нумерологія для всіх. Піфагорійська, індійська та китайська системи*. ТОВ Видавництва "Софія"; ТОВ "Юрка Любченка".
7. Максименко, С. Д., & Соловієнко, В. О. (2000). *Загальна психологія*. МАУП.
8. Могілевич, Д. (2024, 13 червня). *111, 222, 333: що означає, коли ви бачите однакові цифри*. <https://www.unian.ua/lite/astrology/angelski-chisla-shcho-voni-oznachayut-ta-yake-maybutnye-prorokuyut-12664740.html>
9. Постанова Кабінету Міністрів України "Про запровадження номерних знаків транспортних засобів, що виготовляються за індивідуальними замовленнями їх власників" № 1081 (2000). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1081-2000-%D0%BF#Text>
10. Постанова Кабінету Міністрів України "Про затвердження Порядку виготовлення та обліку номерних знаків для транспортних засобів, що підлягають державній реєстрації" № 774 (2023). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/774-2023-%D0%BF#n9>
11. Селіванова, О. О. (2008). *Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми*. Довкілля-К.
12. Borysov, O., & Vasylieva, O. (2022). Communicative Analysis of Dialogical Interaction: Methodology of Research. *Central European Journal of Communication*, 15(31), 286–303. [https://doi.org/10.51480/1899-5101.15.2\(31\).6](https://doi.org/10.51480/1899-5101.15.2(31).6)
13. Lawrence, S. (2001). *The Secret Science of Numerology. The Hidden Meaning of Numbers and Letters*. The Carrier Press.
14. [Matematuka.inf.ua](http://matematuka.inf.ua). *Нумерологія*. <http://matematuka.inf.ua/rizne/numerologiya/numerologiya.html>
15. Nomeroff. *Автономери в Києві за 5 хвилин*. https://nomeroff.com/?gad_source=1
16. Numerolohiya.com.ua. *Нумерологія*. <https://numerolohiya.com.ua/>
17. Wikipedia. (б. д.). *Нумерологія*. У *Wikipedia.org Вікіпедія*. Взято 17 серпня 2024 <https://uk.wikipedia.org/wiki/Нумерологія>
18. Wikipedia. (б. д.). *Vanity plate*. У *Wikipedia.org the free encyclopedia*. Взято 15 серпня 2024 з https://en.wikipedia.org/wiki/Vanity_plate

REFERENCES

1. Boiko, O. (2024). Reklamnyi dyskurs yak modeliuvalno-semiotychna diialnist. *Studia Philologica*, 22(1), 11–20. <https://doi.org/10.28925/2412-2491.2024.221>

2. Borysov, O., & Vasylieva, O. (2022). Communicative Analysis of Dialogical Interaction: Methodology of Research. *Central European Journal of Communication*, 15(31), 286–303. [https://doi.org/10.51480/1899-5101.15.2\(31\).6](https://doi.org/10.51480/1899-5101.15.2(31).6)
3. Borysov, O. O., & Vasylieva, O. H. (2023). Movne vtilennia kontseptu McDONALD'S: semantyko-kohnityvnyi aspekt (na materialii anhlomovnykh slovnykiv ta сайту www.mcdonalds.com). *Naukovyi Visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Seriiia Filolohiia*, (60), 28–31. <https://doi.org/10.32841/2409-1154.2023.62.1.7>
4. Kostenko, A. (2023). *Numerolohiia dlia vsikh. Pifahoriiska, indiiska ta kytajska systemy*. TOV Vydavnytstvo «Sofiiia»; TOV "Yurka Liubchenka".
5. Kozlovets, M., Fedorenko, V., & Maslak, P. (2001). *Sotsiolohiia*. ZhVIRE.
6. Lawrence, S. (2001). *The Secret Science of Numerology. The Hidden Meaning of Numbers and Letters*. The Carrier Press.
7. Maksymenko, S. D., & Soloviienko, V. O. (2000). *Zahalna psykholohiia*. MAUP, 2000.
8. Matematika.inf.ua. *Numerolohiia*. <http://matematuka.inf.ua/rizne/numerologiya/numerologiya.html>
9. Mohilevych, D. (2024, 13 chervnia). *111, 222, 333: shcho oznachaie, koly vy bachyte odnakovi tsyfry*. <https://www.unian.ua/lite/astrology/angelski-chisla-shcho-voni-oznachayut-ta-yake-maybutnye-prorokuyut-12664740.html>
10. Nomeroff. *Avtonomery v Kyivi za 5 khvylyn*. https://nomeroff.com/?gad_source=1
11. Numerolohiya.com.ua. *Numerolohiia*. <https://numerolohiya.com.ua/>
12. Postanova KM Ukrainy № 1081 (2000). "Pro zaprovadzhennia nomernykh znakiv transportnykh zasobiv, shcho vyhotovliaiutsia za indyvidualnymy zamovlenniamy yikh vlasnykiv". <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1081-2000-%D0%BF#Text>
13. Postanova KM Ukrainy № 774 (2023). "Pro zatverdzhennia Poriadku vyhotovlennia ta obliku nomernykh znakiv dlia transportnykh zasobiv, shcho pidliahaiut derzhavnii reiestratsii". <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/774-2023-%D0%BF#n9>
14. Selivanova, O. O. (2008). Suchasna linhvistyka: napriamy ta problemy. Dovkillia-K.
15. Varii, M. Y. (2009). *Zahalna psykholohiia*. Tsentr uchbovoi literatury.
16. Wikipedia. (b. d.). *Numerolohiia*. U *Wikipedia.org Vikipediia*. Vziato 17 serpnia 2024 z <https://uk.wikipedia.org/wiki/Нумерологія>
17. Wikipedia. (b. d.). *Vanity plate*. U *Wikipedia.org the free encyclopedia*. Vziato 15 serpnia 2024 z https://en.wikipedia.org/wiki/Vanity_plate
18. Zakon Ukrainy "Pro dorozhnii rukh" (1993). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/3353-12#Text>

Дата надходження статті до редакції: 26.09.2024

Прийнято до друку: 27.10.2024