

5. Нікітіна Н. Українська мова на телебаченні / Н. Нікітіна // Дивослово. – 2004. – № 12. – С. 4–6.

Джерела фактичного матеріалу

ВП – газета «Вісті Придніпров'я»
Вет.П – «Ветеран Придніпров'я» (додаток до газети «Зоря»)
З – газета «Зоря»
НМ – газета «Наше місто»

Надійшла до редколегії 31.05.11

УДК 811.161.2'37

М. Г. Зеленцова

Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського

СЕМАНТИЧНИЙ ПРОСТІР КОНЦЕПТУ «МЕНЕДЖМЕНТ ЗНАНЬ»

Розглянуто проблему семантичної структури концепту – однієї із найактуальніших проблем когнітивної лінгвістики. Виконано семантичний аналіз понять, які входять до семантичного простору концепту «менеджмент знань». Визначено особливості їх семантики.

Ключові слова: концепт, семантика, семантико-когнітивний підхід, менеджмент знань.

Рассмотрена проблема семантической структуры концепта – одной из самых актуальных проблем когнитивной лингвистики. Проведен семантический анализ понятий, которые входят в семантическое пространство концепта «менеджмент знаний». Определены особенности их семантики.

Ключевые слова: концепт, семантика, семантико-когнитивный подход, менеджмент знаний.

The article considers the problem of semantic structure of a concept as one of the most important problem of cognitive linguistics. The semantic analysis of notions which describe the concept "Knowledge management" is conducted. The peculiarities of their semantics are determined.

Keywords: concept, semantics, semantic-cognitive approach, Knowledge management.

За свідченням З. Попової та Й. Стерніна, «когнітивна лінгвістика – це лінгвістичний напрям, що активно розвивається, визначаючи обличчя сучасної світової лінгвістичної науки» [12, с. 3]. Одними із центральних предметів її дослідження є когнітивна семантика та концепти, з допомогою яких відбувається модулювання світу. Феномен концепту набув поширення та став, треба сказати, «модним і навіть «ласим» об'єктом вивчення» в сучасних наукових розвідках [12, с. 45]. Розуміння концептів досить варіативне в сучасній лінгвістиці. Так, наприклад, існує кілька підходів до інтерпретації концепту, що докладно розглянуті у працях М. Агієнка, В. Іващенко, В. Карасика, О. Клименко, Т. Космеди, С. Нікітіної, О. Мальцевої, М. Піменової та ін. Класичне тлумачення концепту розробила О. Кубрякова: «Концепт – термін, що служить поясненню одиниць ментальних і психічних ресурсів нашої свідомості й тієї інформаційної структури, що відображають знання й досвід людини...» [8, с. 90].

На думку науковців О. Бабушкіна, З. Попової та Й. Стерніна, ідеальна сутність концепту розглядається з точки зору семантико-когнітивного підходу, тому що він матеріально втілюється в конкретних словах мови, оскільки «у самому слові так, як і в його вербальній дефініції, фіксуються результати когнітивних зу-

силь людського розуму» [1, с. 35]. Семантичну інтерпретацію концепт набуває також у дослідженнях М. Піменової, М. Алефіренка. Так, М. Піменова зазначає, що «когнітивний підхід у дослідженні семантики полягає у вивченні самого значення слова, в якому фіксуються не лише ознаки, необхідні та достатні для інтенсифікації того, що позначається, але й наївні знання про те, що позначається» [11, с. 14].

Нині прийнято широко відзначати той факт, що суспільство, в якому ми живемо, поступово перетворюється в «суспільство знань». Знання і здатність до їх творення та використання розглядаються як найбільш важлива запорука сталої конкурентної переваги у всіх сферах людської діяльності: бізнесової, наукової, суспільної тощо. Відповідно ще з середини 90-х років минулого століття активно дискутується потреба нової теорії, базованої на знаннях, яка б фундаментальним чином відрізнялась би від існуючих економічних та організаційних теорій. Знання – єдиний вид ресурсу, що істотно відрізняє один бізнес від іншого, ресурс, який не піддається швидкому відтворенню конкурентами, що дозволяє компаніям, що уміють їм управляти, отримати унікальні і стійкі переваги.

Початок XXI століття знаменується новими можливостями для поширеного застосування принципів і методів управління. Світова практика розробила певну типологію ініціатив, які заохочують працівників організацій до творчого ставлення. Усвідомлене ставлення вищого керівництва до необхідності управління процесом створення знань призводить до впровадження змін у структуру компанії. Тому з 90-х р. XX ст. починає своє становлення нова гілка в менеджменті – *менеджмент знань* (від англ. Knowledge Management – далі КМ).

Метою даної статті є опис семантичної структури концепту «менеджмент знань» в українській мові. *Завдання*, поставлені в даній статті, зводяться до того, щоб: 1) дати визначення концепту «менеджмент знань» в українській мові; 2) виявити компоненти семантичної структури даного концепту; 3) проаналізувати особливості семантики кожного поняття, що входить до семантичного простору концепту «менеджмент знань» в українській мові.

Концепція «менеджмент знань» належить до числа тих розпливчастих понять, що можуть одночасно здаватися як усеосяжними, так і не означаючими нічого конкретного. За останні роки цю концепцію ототожнювали то з управлінням документами, то з інформаційними системами для бізнесу, то з засобами колективної роботи, то з корпоративними порталами і багатьма іншими модними новинками. Але система управління знаннями (менеджмент знань) – це не просто окремо узятий продукт.

Поняття «менеджмент знань» ще остаточно не сформувався, а в нашій країні взагалі поки звучить екзотично. Те, що ми сьогодні називаємо «менеджмент знань», виникло років п'ятнадцять тому як новий напрям у менеджменті. Вперше термін *менеджмент знань* прозвучав у 1986 р. у виступі Карла Віга на конференції ООН. Спочатку під управлінням знаннями розумілися ІТ-рішення, спрямовані на збереження, структурування, аналіз, пошук звітів, аналітичних записок та інших документів з описанням певного успішного досвіду в галузі або в самій компанії.

Спочатку поняття «менеджмент знань» ніяк не було пов'язано з інформаційними технологіями. Первинною метою було створення керівництва і методик для оптимального використання інтелектуального потенціалу працівників компанії. Знання були визнані економічною категорією, і через короткий час з'явилися інформаційні технології для роботи з ними. Про те, навіщо потрібно КМ для діяльності підприємства, які переваги воно дає, вельми повно описано в звіті Knowledge Management Research Report 2000 [6]. З цього документа виходить, що для більшості європейських і американських підприємств впровадження КМ стало реальністю [4].

Також сьогодні в літературі з питань сучасних напрямків управління можна знайти найрізноманітніші визначення цього поняття, крім цього й використання одночасно двох термінів: *менеджмент знань* і *управління знаннями*. Їх часто отожднюють, хоча між ними є відмінності. *Управління знаннями* належить до чисто функціонального завдання – управління систематизованою інформацією, а *менеджмент знань* – цілеспрямована діяльність людини або компанії, де «знання» розглядаються як головний стратегічний ресурс успіху, а філософія (цінності компанії) направлена на розвиток здатності навчатися, прогнозувати нові потреби, створювати нові джерела своєї конкурентної переваги.

Основи управління знаннями помітні у відомих з історії звичаях, пов'язаних з передачею родинних традицій ведення справ, купецької мудрості чи ремісничого досвіду. Суть сьогоденного управління знаннями в організаціях істотно не відрізняється від розуміння знань як важливого активу кожної організації. Як і раніше, вміння накопичувати знання, передавати їх та замінювати на кращі (зокрема, стосовно пропонуваніх іншими способів діяльності) нині так само важливі як основа діяльності організації. Порівняно зі згаданими прикладами з історії істотно змінилися обсяги знань та інформації, яка є здебільшого цілком доступною в організаціях та навколишньому світі, шляхи їх отримання, накопичення, утримування, передачі та заміни на те, що ми називаємо конкурентними перевагами [4].

Кваліфіковане управління знаннями – завдання більш складне, ніж управління матеріальними активами або фінансовими ресурсами. Вирішення цього завдання створює можливість отримувати принципово нові переваги в конкурентній боротьбі, оскільки дозволяє використовувати ще невідомі більшості суб'єктів ринку сигнали про перспективні технології, майбутні потреби та попит. У підприємств з'являється нагальна потреба в нових управлінських технологіях та інструментах, впровадження яких націлене на продукування, збереження та ефективне використання важливих знань та досвіду, здатних забезпечувати успішний розвиток підприємств у наддинамічному середовищі [18].

Проаналізувавши дефініції управління знаннями та менеджменту знань, можна зробити висновки, що під поняттям управління знаннями розуміють: 1) загальну назву для методик, організуючих процес комунікацій (цільового спілкування) в корпоративних співтовариствах; 2) сукупність процесів і технологій для виявлення, створення, розповсюдження, обробки, зберігання і надання для використання знань усередині організації; 3) базову функцію менеджменту знань. Під поняттям *менеджмент знань* розуміють: 1) цілеспрямовану організацію діяльності всієї компанії, де знання розглядаються як головний стратегічний чинник успіху; 2) філософію організації; 3) сукупність процесів і процедур, об'єднаних поняттям «знання» і направлених на підвищення конкурентоспроможності організації. Діяльність з менеджменту знань дозволяє набувати, зберігати, адаптувати, поширювати, створювати і комерціалізувати знання, уміння, досвід і комунікації.

Система управління знаннями – це система, яку будує організація для заповнення менеджменту знань, підтримуючи збирання, зберігання, пошук, відтворення, а також застосування знань. Це передбачає підтримку з боку керівництва, управління процесами обміну знаннями і застосування інформаційних технологій [17].

Інформатизація суспільства і впровадження нової концепції управління як менеджмент знань в організації створили передумови для переосмислення таких понять, як «дані», «інформація», «знання», «технологія», «рішення», «навчальна організація», «компетенція», «корпоративна пам'ять», «інструменти керування знаннями», які якнайповніше розкривають поняттєвий зміст концепту «менеджмент знань». У століття комп'ютеризації достатньо легко отримати вели-

чезний масив даних або інформації, який може бути структурований, систематизований, кодифікований. Потенційно інформація може бути доступна багатьом людям, але реально не всіма може бути засвоєна, а «споживання інформації тотожне формуванню нового знання» [3].

Тому під поняттям **дані** розуміють отримані емпіричним шляхом і зафіксовані факти, дискретну ситуацію / проблему / об'єкт, які описують поза контекстом, тобто характеризуючи окремі властивості об'єктів, процесів або явищ. Поняття **інформація** – це дані, що піддалися перетворенню в частині виділення контексту опису. Це структурований опис ситуації. Поняття **знання** – сукупність відомостей, понять, уявлень про будь-що, отриманих, придбаних, накопичених у результаті учення, досвіду, в процесі життя, і що зазвичай реалізуються в діяльності. Найширше використовуються такі трактування знань з позиції управління ними в організаціях: 1. Знання є практичною інформацією, яка активно управляє процесами виконання завдань, вирішення проблем і ухвалення рішень; 2. Знаннями є слова, чинники, приклади, події, правила, гіпотези або моделі, які розширюють розуміння процесів і явищ, можливості їх використання в певній області діяльності.

Відповідно до першого визначення завдання управління знаннями позначається як їх систематичне формування, оновлення і застосування з метою максимізації ефективності підприємства і прибутку від активів, заснованих на знаннях. Друге визначення трактує управління знаннями як діяльність із формалізації і забезпечення доступу до практичного досвіду, знань і експертних даних, які створюють нові можливості, що сприяють вдосконаленню роботи, стимулюють інновації і збільшують споживну вартість товарів і послуг. У всіх визначеннях підкреслюється, по-перше, зв'язок знань з даними і інформацією, а, по-друге, роль знань у роботі організацій з погляду їх використання, вирішення організаційних проблем і ефективності управління. Чіткіше уявлення про відмінності між даними, інформацією і знаннями має значення для будь-якої організації. Знання – це не дані і не інформація, вони тісно пов'язані, але не взаємозамінні. Різні компанії нерідко витрачають чималі засоби на створення систем, що забезпечують їх якимись даними або інформацією, проте незабаром виявляють, що це не призводить до зростання організаційного потенціалу знань.

Поняття «**інформація**» підкреслює зв'язок змісту з даними, на базі яких отримана інформація, – це дані, представлені в контексті. В той же час тут виділяються нові якості, якими характеризується інформація в порівнянні з даними. Вона адресна – належить до ситуації того, хто її отримує і інтерпретує в своїх цілях. Існує деяка різниця між інформацією і знаннями. Інформація сама по собі може виявитися, в принципі, марною, якщо, зіштовхнувшись з задачею, працівник не розуміє, де шукати необхідну інформацію, як її використовувати і до кого звернутися по допомогу. Знання знаходяться у розумах людей і виявляють себе в момент взаємодії між ними. У процесі спілкування співробітники обмінюються знаннями, які неможливо почерпнути з документації й інших джерел інформації. Необхідно направляти цю взаємодію на досягнення мети, генерацію нових ідей і відновлення існуючих знань.

У більшості управлінських робіт підкреслюється, що знання – поняття ширше, глибше і багатше в порівнянні з інформацією. Вони є рухомим з'єднанням різних елементів – досвіду, цінностей, інформації, експертного бачення – і постійно міняються; вони інтуїтивні; характерні для людей і є невід'ємною частиною людської суті з її непередбачуваністю. Управління знаннями направлене на додавання реальних цінностей до інформації за допомогою її фільтрації, синтезу, узагаль-

нення і надання її у такому вигляді, який допомагає людям одержати необхідні знання.

Семантичний простір концепту «менеджмент знань» складає також поняття «**технології**». Так, для інтеграції в єдиний комплекс системи управління знаннями використовують **ряд технологій**: традиційні системи автоматизації й інформаційно-пошукові системи; електронну пошту, корпоративні мережі й Інтернет-сервіси; бази і сховища даних (data warehouse); системи електронного документообігу; спеціалізовані програми обробки даних (наприклад, статистичного аналізу); експертні системи і бази знань. Більшість оглядів концепції **менеджмент знань** приділяють увагу тільки первинному опрацюванню корпоративної інформації типу електронної пошти, програмного забезпечення колективної роботи або гіпертекстових баз даних. Вони формують істотну частину з необхідної, але явно недостатньої, технічної інфраструктури для керування знаннями.

Враховуючи поняття «**технології**», неможливо не розглянути поняття «**рішення**», тому що рішення в сфері інформаційних технологій (ІТ-рішення) допомагають зняти бар'єри на шляху вирішення задач формування єдиного робочого середовища, реалізації механізму відчуження, нагромадження, використання і модифікації знань, підтримки інновацій і доведення інформації про їх усім зацікавленим у них співробітникам. Управління завжди здійснюється з метою досягнення певних цілей, а реалізація цілей будь-якого організаційного формування забезпечується шляхом прийняття і виконання численних рішень. Тому до семантичного простору концепту «менеджмент знань» входить і поняття «**рішення**». Управлінські рішення є основою процесу управління, тому що вони – результат вибору суб'єктом управління способу дій, спрямованих на вирішення поставленого завдання в існуючій чи спроектованій ситуації. Вироблення рішення – це творчий процес вибору однієї або декількох альтернатив із множини можливих варіантів дій, спрямованих на досягнення поставлених цілей. Рішення є процесом, який реалізується суб'єктом управління та визначає дії, спрямовані на досягнення наперед визначеної цілі в певній фактичній чи запроектованій ситуації.

Поняття «**навчальні організації**», що поширилося в Європі і США в 1990-ті роки, в Україні стало відомо нещодавно. Одна з відомих у нас концепцій навчальної організації належить американцю П. Сенге. Інша, «європейська», була розроблена декількома авторами: Т. Бойделом, Н. Діксоном і П. Сенджем. Навчальна організація – це не нова модель побудови і розвитку компанії, а, скоріше, комбінація передових управлінських інструментів, зведених воедино.

Одним з нових рішень щодо розуміння концепту «менеджмент знань» є поняття «**корпоративна пам'ять**», що за аналогією з людською пам'яттю дозволяє користуватися попереднім досвідом і уникати повторення помилок. Корпоративна пам'ять фіксує інформацію з різних джерел підприємства і робить цю інформацію доступною для фахівців під час вирішення виробничих завдань. Корпоративна пам'ять не дозволяє зникнути знанням фахівців, що вибувають (вихід на пенсію, звільнення та ін.). Вона зберігає великі обсяги даних, інформації й знань із різних джерел підприємства. Вони відображені в різних формах, таких як бази даних, документи й бази знань.

Також слід розглянути ще два поняття для розкриття семантичного простору концепту «менеджмент знань». Поняття **інструменти керування знаннями** – сукупність технологічних рішень для виявлення, зберігання, передачі, структуризації, обробки, перетворення, поширення й проведення інших операцій зі знаннями й інформацією, якщо це необхідно для ефективної діяльності співтовариства; сукупність організаційних методів і рішень, що дозволяють створити умови для ефективного обміну знаннями й інформацією [6].

Поняття «компетенція» об'єднує єдність знань, професійного досвіду, здібностей діяти і навичок поведінки індивіда, що визначаються метою, заданістю ситуації і посадою. Управління компетенцією – сукупність дій, направлена на придбання необхідної компетенції відповідно до потреб організації в якісному і кількісному складі персоналу. Говорячи про об'єм поняття професійної компетенції або якості особи, або знання, уміння, здібності, використовують аббревіатуру KSAO: знання (knowledge); уміння (skills); здібності (abilities); інші характеристики (other).

Отже, до семантичного простору концепту «менеджмент знань» входять поняття, семантика яких якнайповніше відображає його поняттєвий зміст. Безумовно, менеджмент знань – якісно новий ступінь розвитку управлінської науки, тому що сучасна концепція управління знаннями відкриває широкі перспективи використання персоналу, створює умови вдосконалення функціонування організації в цілому та її інноваційного розвитку. А управління знаннями, в свою чергу, стає новою парадигмою сучасного менеджменту, воно виявляється стратегічним чинником успіху і забезпечує конкурентоспроможність підприємства.

У структурі концепту «менеджмент знань» визначено універсальні його семантичні ознаки, мовне вираження яких охоплює широке коло напрямів діяльності управління інтелектуальним капіталом, пов'язаних водночас як і з мудрістю чи розумом окремих осіб, так і з різноманітною інформацією, яка використовується у цій діяльності, а знання, що «вплетені» в організаційну структуру, перетворюються на потужний фактор конкурентоспроможності [4].

Варто зазначити, що один концепт не може бути виражений у мові вичерпно. Це пов'язано з тим, що пізнання індивідуальне так само, як і формування самого концепту. Розвиток інформаційних технологій, складні соціальні і культурні зміни в житті суспільства, процеси глобалізації і наростання конкуренції – всі ці чинники підводять до необхідності звернути особливу увагу на концепт «менеджмент знань». Але, в свою чергу, ніякі технічні інновації не можуть допомогти досягти конкурентоспроможності, якщо немає персоналу, здатного ефективно використовувати ці нововведення, якщо немає якогось креативного середовища, що породжує унікальне знання, необхідне для функціонування організації, що дозволяє забезпечити розвиток співробітників і бізнесу в найширшому розумінні цього слова. У цьому – суть менеджменту знань.

Бібліографічні посилання

1. **Бабушкин А. П.** Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка / А. П. Бабушкин. – Воронеж : Изд-во Воронеж гос. ун-та, 1996. – 104 с.
2. **Базилевич В. Д.** Інтелектуальна власність / В. Д. Базилевич. – К. : Знання, 2008. – 431 с.
3. **Бекетов Н. Ст.** Роль інформації і знань в сучасному економічному розвитку суспільства / Н. Ст. Бекетов // Інновації. – 2003. – № 1.
4. **Вавжиняк Б.** Управління знаннями – виклик майбутнього / Б. Вавжиняк. – Режим доступу : <http://www.management.com.ua/hrm/hrm016.html>
5. **Друкер Питер Ф.** Задачи менеджмента в XXI веке / Ф. Друкер Питер; [пер. с англ.]. – М. : Изд. дом «Вильямс», 2000. – 272 с.
6. **Звіт II Міжнародної HR-конференції «Knowledge Management» / «Управління знаннями» 23–24 лютого 2006 р., м. Київ.** – Режим доступу: http://www.management.com.ua/events/km_23-02-2006.html
7. **Коулопоулос Т. М.** Управление знаниями / Т. М. Коулопоулос, К. Фраппаоло. – М. : Эксмо, 2008. – 224 с.
8. **Кубрякова Е. С.** Краткий словарь когнитивных терминов / Е. С. Кубрякова, В. З. Демьянков, Ю. Г. Панкрац, Л. Г. Лузина ; [под общ. ред. Е. С. Кубряковой]. – М. : Филол. ф-т МГУ им. М. В. Ломоносова, 1996. – 248 с.

9. **Мильнер Б. З.** Управление знаниями / Б. З. Мильнер. – М. : ИНФРА-М, 2003. – 465 с.
10. **Мильнер Б. З.** Управление знаниями в корпорациях / Б. З. Мильнер, З. П. Румянцева, В. Г. Смирнова, А. В. Блиникова. – М. : Дело, 2006. – 304 с.
11. **Пименова М. В.** Методология концептуальных исследований / М. В. Пименова // Антология концептов : в 5 т. – М. : Генега, 2007. – Т. ½. – 2007. – С. 14–16.
12. **Попова З. Д.** Когнитивная лингвистика / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – М. : АСТ : Восток-Запад, 2007. – 314 с.
13. **Приходько А. М.** Концепти і концептосистеми в когнітивно-дискурсивній парадигмі лінгвістики / А. М. Приходько. – Запорозжя : Прем'єр, 2008. – 332 с.
14. **Сайт виртуального сообщества молодых экономистов.** – Режим доступу : <http://economica.org.ua/2009/upravlinnya-znannyaami>
15. **Сайт Консалтинговой группы MD по развитию сети информационных бизнес-порталов.** – Режим доступу : <http://www.md-management.ru/articles/html/>.
16. **Сайт консалтинговой компании Iteam.** – Режим доступу : http://www.iteam.ru/publications/human/section_55/article_3080
17. **Святюк О. Р.** Система управління знаннями як елемент менеджменту кадрової політики в організації / О. Р. Святюк // Науковий вісник. – Вип. 17.8. – 2007. – С. 241–243.
18. **Титенко С. В.** Проблема моделювання знань в інтелектуальних навчальних Web-системах / С. В. Титенко, О. О. Гагарін // Интеллектуальный анализ информации ИАИ-2009 : матер. IX Междунар. науч. конф. им. Т. А. Таран. – К. : Просвіта, 2009. – С. 384–390.

Надійшла до редколегії 20.03.11

УДК 811.161.2'373.2+811.161.2'373.611

Г. В. Зимовець

Інститут мовознавства імені О. О. Потебні НАН України (м. Київ)

ОСОБЛИВОСТІ АНАЛІТИЧНОГО СЛОВОТВОРУ ЕРГОНІМІВ

Розглянуто особливості утворення ергонімів-юкстапозитів, з'ясовано характер їхньої мотивації у зв'язку із виконуваними ними функціями, проаналізовано типові мотиватори ергонімів-юкстапозитів.

Ключові слова: ергонім, мотивація, словотвір, юкстапозит.

Рассмотрены особенности образования эргонимов-юкстапозитов, определен характер их мотивации в связи с выполняемыми ими функциями, проанализированы типичные мотиваторы эргонимов-юкстапозитов.

Ключевые слова: эргоним, мотивация, словообразование, юкстапозит.

The article focuses on characteristics of business compound names formation, correlation between their language motivation and functions is established, the main patterns of their semantics are analyzed.

Keywords: business name, motivation, word formation, compound noun

Об'єктом нашого розгляду є аналітичний спосіб утворення одиниць такого ономастичного розряду, як ергоніми, під якими ми традиційно розуміємо назви підприємств, організацій, відомств. Ергоніми окремих регіонів України вивчалися в аспекті мотиваційних моделей, способів їхнього утворення та, у меншій мірі, особливостей функціонування в працях О. О. Белея, О. Галай, Н. В. Кутузи, Н. М. Лесовець, Л. Н. Соколової, М. М. Цілиної, С. О. Шестакової [2; 3; 4; 7; 8; 10; 11; 12; 13]. Будучи досить новою ономастичною категорією та результатом штучної номінації, ергоніми потребують розмежування з іншими лексичними розряда-