

**УДК 811.161. 2'276.6:005**

**Н. Л. Краснопольська,**

к. філол. н.,

ДВНЗ «Київський національний економічний університет  
імені Вадима Гетьмана»,

доцент кафедри української мови та літератури

## **ТЕРМІНОЛОГІЗАЦІЯ ТА ДЕТЕРМІНОЛОГІЗАЦІЯ В УКРАЇНСЬКІЙ ТЕРМІНОСИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ**

У статті проаналізовано взаємопов'язані процеси термінологізації та детермінологізації в системі спеціальних одиниць менеджменту. Схарактеризовано

основні шляхи переходу загальної лексики до терміносистеми менеджменту. Розглянуто особливості та причини потрапляння термінів досліджуваної підмови в загальну мову.

**Ключові слова:** українська терміносистема менеджменту, термін, термінологізація, детермінологізація.

Докорінні перетворення в суспільстві, які відбуваються впродовж останніх років, спричинені насамперед науково-технічною революцією, що спричинила лавиноподібне зростання інформації в усіх галузях знань, у виробничій та професійній діяльності людини, сприяючи формуванню величезної кількості нових понять і, відповідно, їх найменувань. «Зверненість мовних терміносистем до динамічних процесів сьогодення зумовила пошуки нових найменувань, серед яких одними з провідних стали явища термінологізації та детермінологізації, які охопили широке коло слів літературної мови та зумовили рух у їхній семантиці» [18, с. 74].

Узаємодія спеціальної й загальнонавчальної лексики стала предметом вивчення в працях багатьох мовознавців (В.В. Виноградова, В.П. Даниленко, І.І. Огієнка, Л.А. Капанадзе, Л.М. Полюги, В. В. Жайворонка, В.М. Русанівського, Г.П. Мацюк, Т. І. Панько, Г.В. Чорновол та ін.), проте ці проблеми й надалі залишаються актуальними й потребують подальшого вивчення.

Метою дослідження є вивчення взаємопов'язаних і безперервних процесів термінологізації та детермінологізації в українській терміносистемі менеджменту. Завдання розвідки – дати характеристику термінологізації як результату вторинної номінації та простежити за процесом детермінологізації в терміносистемі менеджменту.

Термінологізація – процес семантичної зміни наявних слів для створення нового терміна [8, с. 48]. «Суть термінологізації полягає у використанні однієї з диференційних ознак, включеної у лексичне значення, яку використовують як «загальну ідею» для слова-терміна. У терміні ця загальна ідея конкретизується, уточнюється відповідно до змісту наукового поняття» [3, с. 25].

На думку О.А. Стишова, причинами семантичного розвитку значень слів є «логічні й психологічні чинники (особливості асоціативного мислення, своєрідність ментальності кожного етносу, вплив індивідуально-авторського світосприймання, мислення й мовотворчості на загальнонавчальну мову та ін.), а також чинники соціально-історичного характеру (зростання актуальності, суспільної вартості певних реалій і понять в окремі періоди розвитку соціуму й відповідне виявлення цієї актуалізації в тематичних групах лексики тощо» [17, с. 13]. У цьому мовному явищі, за спостереженнями вченого, перетинаються чинники екстралінгвальної (технічний прогрес породжує нові поняття) і внутрішньомовної дійсності (потреби в номінативних ресурсах забезпечують використання у функції термінів слова загального вжитку) [там само].

Економічна термінологія, складником якої є термінологія менеджменту, «не прагне до розширення значень, характерних слову у звичайному вживанні. Її мова більш спрямована на конкретизацію та деталізацію, ніж на розширення та узагальнення» [5, с. 127–128], тобто відбувається звуження семантики загальнонавчаного слова. У термінології немає єдиного погляду на це явище. Одні вчені уподібнюють його до метафори та метонімії [2, с. 50–51; 6, с. 55–56], інші

розглядають звуження значення в термінології як самостійний різновид лексико-семантичного способу термінотворення поряд з метафорою та метонімією [9, с. 152–153]. Однак усі дослідники поділяють єдину думку щодо необхідної умови процесу термінологізації: щоб загальноновживане слово стало терміном, йому потрібно утворити новий лексико-семантичний варіант, пройти шлях переосмислення і переоформлення в мовній системі – зайняти там своє місце, вступити в нові формальні відношення з іншими лексико-семантичними варіантами [11, с. 10], тобто «ввійти у сферу певного термінологічного поля» [16, с. 51].

Молоді науки, зокрема менеджмент, широко використовують загальну лексику для утворення своїх терміносистем. «Рух зі сфери загальноновживаної лексики до термінологічної відбувається за двома напрямками: шляхом розвитку вторинних термінологічних значень у звичайних лексичних одиницях і шляхом використання загальноновживаних слів у складних термінах» [19, с. 227].

Термінологізація загальноновживаних лексем відбувається внаслідок зміни (звуження чи розширення) обсягу значення слова. Так, слово *пропозиція* у загальному вжитку – «те, що пропонується чий-небудь увазі, виноситься на обговорення, розгляд і т. ін.» (ВТССУМ, с. 982). У термінології менеджменту – «обсяг товарів і послуг, який виробники готові надати при певних цінах» (АМ, с. 41). Основні диференційні семантичні ознаки двох понять однакові, проте для спеціального поняття в аналізованій терміносистемі виявлено ще й інші ознаки, відсутні в загальноновживаному. Отже, термінологізація лексеми *пропозиція* відбулась унаслідок звуження значення слова.

Яскравою ілюстрацією звуження обсягу значення загальноновживаних абстрактних іменників і, як наслідок, утворення термінів менеджменту може слугувати лексема *церемонія* – «прийнятий або встановлений порядок здійснення якого-небудь урочистого обряду, а також сам обряд» [ВТССУМ, с. 1361]. У системі термінів менеджменту це слово позначає «особливі планові заходи для всіх членів колективу, спрямовані на зміцнення віри працівників у цінності організації, сприяння їхньому об'єднанню» [СЙМ, с. 91]. Основні диференційні ознаки двох понять однакові, проте для спеціального поняття в термінологічній системі менеджменту виявлено ще й інші ознаки, притаманні даному поняттю, які відсутні в загальноновживаній лексемі: уточнюється сема 'мета'. Таким чином, у межах досліджуваної терміносистеми відбулася семантична спеціалізація, тобто довантаження значень загальноновживаних слів новими семами.

Прикладом переходу загальноновживаного слова до розряду термінів є лексема *легенда*. У загальнолітературній мові вона означає «народне сказання або оповідання про якісь події чи життя людей, оповите казковістю, фантастикою» [ВТССУМ, с. 482]. Дефініція терміна менеджменту *легенда* – «оповідання, яке ґрунтується на правдивих подіях, які іноді можуть бути «прикрашені», щоб надати особливий імідж організації» [ГРЕ, с. 387] – показує зміни в семантиці слова: уточнюється сема 'мета'. «Унаслідок поєднання інваріантного значення загальнономовного слова зі спеціальним диференційним поняттям слово одержує однозначний смисл у межах певної терміносистеми» [4, с. 180].

Чимало загальнонародних лексем стало термінами менеджменту, поєднавшись із залежним компонентом, який звужив їхнє значення, що сприяло розмежуванню значень терміна й загальноновживаного слова, наприклад: *гра* → *ділова*

*гра, управлінська гра; гнучкість → гнучкість управлінських рішень; завдання → функціональні завдання; розвиток → організаційний розвиток; зв'язки → функціональні зв'язки; перевага → конкурентна перевага; навички → адміністративні навички.* Зокрема, конкретизація значення слова *культура* «сукупність матеріальних і духовних цінностей, створених людством протягом його історії» (ВТССУМ, с. 472) відбувається внаслідок залучення до внутрішньої структури вужчої семантичної ознаки: *культура організації* – «сукупність цінностей, традицій, норм поведінки, поглядів, що властиві членам організації» (КМОМ, с. 404). Спільна сема в обох визначеннях ґрунтується на визнанні сукупності цінностей. Пор. ще: загальноживане слово *гра* – 1) Забава. // Заняття дітей. 2) Підпорядковане сукупності правил, прийомів або основане на певних умовах заняття, що є розвагою або розвагою та спортом одночасно (ВТССУМ, с. 195). У складі терміна-словосполучення менеджменту *ділова гра* лексема *гра* набуває нового, вужчого значення: «одна з найефективніших форм колективного прийняття рішення та навчання в галузі менеджменту» (ЭСБ, с. 77); за аналогією: *управлінська гра* – «один із видів ділової гри, що імітує економічні процеси та явища» (ЭСБ, с. 755). Спільною семою в усіх визначеннях є 'заняття'. «Слово, вжите в новому значенні, набуває нової форми й нової функції, наповнюється новим психологічним змістом, що нерідко супроводжується стилістичною міграцією та емоційно-експресивною конотацією» [19, с. 71].

Поділяємо думку О.Г. Муромцевої про те, що термін значною мірою відрізняється від загальноживаного слова, на базі якого він виник. Усе ж, поки існує смисловий місток між загальним і термінологічним значеннями слова, доти можемо говорити про його багатозначність, а в діахронному плані – про первинність одного і вторинність другого значення [12, с. 115].

За спостереженнями Л.В. Струганець, провести чітку межу між термінологією і загальноживаною термінологічною лексикою досить складно. Між ними розміщена дифузна зона, у якій терміни перебувають у лабільному стані – у постійному коливанні між «ідеальними вимогами (однозначність, нейтральність, відсутність синонімів) і реальними законами живої і динамічної лексичної системи» [19, с. 236]. Саме в цій перехідній зоні відбувається активна взаємодія між термінами і «нетермінами». Наслідком таких взаємодій стають системні переходи з одних сфер в інші: ресурсів загальноживаного номінативного фонду до сфери термінології (термінологізація) і термінів до загальноживаної лексики (детермінологізація) [там само].

Детермінологізація – один із найбільш інтенсивних процесів у розвитку лексико-семантичної системи, зумовлений позамовними чинниками: інтенсивнішим поступом у науці, технологіях і виробництві, розширенням інформаційного обміну, зростанням освіченості пересічного мовця та надзвичайним посиленням значення засобів масової інформації на тлі зростання міжнародних мовних взаємовпливів [15, с. 20]. Зазвичай детермінологізація відбувається тоді, коли «термін перебиває дефіцит у номінації тих чи інших об'єктів або відношень, займає порожню лауну у певному семантичному полі» [19, с. 245]. З'являючись на сторінках періодичних видань та художньої літератури, термін перестає функціонувати лише у вузькоспеціальному контексті, тобто змінюється його призначення називати спеціальне поняття.

У сучасній науковій літературі немає єдиного усталеного погляду на сутність явища детермінологізації. На думку дослідників, реалізація термінів у неспеціальних текстах відбувається двояко: терміни можуть використовуватися і в прямому, і в переносному значенні. За спостереженнями Л.А. Капанадзе, детермінологізованим є той термін, який функціонує поза межами терміносистеми тільки в переносному значенні [7, с. 92]. Побутовують точки зору, згідно з якими детермінологізованим може бути термін й у прямому значенні, оскільки в процесі переходу спеціальної одиниці до загальноновживаного лексичного фонду відбувається вилучення із дефініції терміна певних ознак, тобто спрощується його компонентний склад [14, с. 22]. Подібної думки дотримуються й інші дослідники, які стверджують, що, з одного боку, детермінологізація – входження одиниці з термінологічним значенням до складу загальнолітературної мови, а з іншого – перенесення значення терміна на нову одиницю побутового словника [20, с. 211]. У першому випадку відбувається детермінологізація в широкому значенні, тобто термін і похідні загальноновживані слова позначають одні й ті самі реалії, відмінність полягає лише у сфері вживання, до того ж в умовах функціонування в загальнолітературному контексті дефініція терміна спрощується й перетворюється на тлумачення слова, а сама семантична структура терміна не зазнає якісних змін. Таку детермінологізацію Н.Ф. Непийвода називає функційною. Якщо ж відбувається утворення нового загальноновживаного значення терміна, то можна твердити про детермінологізацію семантичну, вважає дослідниця [13, с. 124].

Процеси детермінологізації особливо активізуються саме в періоди появи нових реалій, що вимагають нових термінологізованих назв. Загалом детермінологізація – «процес послідовний, що членується на певні етапи. Спочатку термін виходить за межі своєї терміносистеми і використовується у неспеціальному контексті в прямому значенні для стилістичного маркування висловлювання. Ця стадія функціонування терміна передбачає реалізацію неповного складу його компонентної структури... Надалі переорієнтований термін може розвивати переносні значення на основі метафоризації, метонімізації, генералізації однієї із сем компонентного семного складу» [1, с. 25].

Часовий проміжок функціонування нового терміна в ролі суто професійної лексичної одиниці буває дуже незначним – він одразу ж зазнає часткової детермінологізації. Такі лексеми, як *менеджер*, *офіс-менеджер*, *менеджмент*, *маркетинг*, *офіс*, *департамент*, з'явилися в українській термінології на початку 1990-х років, після кардинальних перетворень у соціально-економічній сфері, і зразу ж стали вийшли за межі спеціальної лексики. Пор.: *У нас є секретарка, офіс-менеджер, фея фуршетів* (Кост, с. 99). *Добре, хоч з приміщенням уладалося, бабком уже має свій офіс* (Кост, с. 151). *З ранку він викликав до себе менеджера відділу реалізації Кевіна Джонсона, молодика з сором'язливою усмішкою* (ДК, с. 256). *«Нас просто обійшли конкуренти», – обізвався високий молодий менеджер служби маркетингу* (ДК, с. 119). «Процес «вживлення» термінів у загальну мову» [10, с. 138] зумовлює послаблення їх наукової точності, втрату багатьох своїх характеристик, нівелювання їх терміностатусу, оскільки терміноодиниці перебувають за межами термінологічного поля й не мотивуються іншими складниками певної системи.

Певна частина детермінологізованих термінів менеджменту зазнає змін, спричинених уподібненням терміна до загальноновживаних слів, деякі ж залучаються ще й до змін другої стадії: в загальнонаціональній мові такі слова вживаються в переносному значенні, переосмислюючись, набувають іншого семантичного характеру. Нові загальноновживані значення зафіксовано в словниках зазвичай із позначкою «перен.»: *директивний* – 1) той, що стосується директиви; 2) *перен.* категоричний (НСІС, с. 196); *фірма* – 1) торговельне або промислове підприємство, що користується правом юридичної особи, під маркою якої продаються товари або випускаються вироби; 2) об'єднання однорідних або суміжних підприємств (ЭСБ, с. 780); 3) *перен.* ім'я або назва для прикриття чого-небудь (ВТССУМ, с. 1324); *корпоративний* – 1) той, що належить до корпорації; 2) *перен.* відособлений, вузькогруповий (СІС, с. 561); *монополія* – 1) виключне право на виробництво, торгівлю тощо, що належить одній особі, групі осіб або державі; 2) велике господарське об'єднання, яке зосереджує у своїх руках більшу частину виробництва і збуту якого-небудь товару; 3) *перен.* особливе становище кого-небудь, яке надає переваги в порівнянні з іншими (СІС, с. 653).

Дослідники вказують на значний розмах детермінологізації. Безперечно, певна частина спеціальної лексики завжди буде існувати лише в мові спеціалістів, проте незаперечно й те, що інша частина спеціальної лексики (звичайно, менша кількісно, але вагома за своїм значенням) з часом стає надбанням усього суспільства, органічною частиною загальнономовного словника [21, с. 45–46].

Отже, між спеціальними одиницями менеджменту та загальноновживаною лексикою відбувається постійний обмін: терміни входять до складу загальноновживаної лексики і навпаки, слова загального вжитку змінюють свої характеристики і стають термінами менеджменту.

Перспективним напрямом представляється дослідження транстермінологізації в терміносистемі менеджменту.

### *Література*

1. *Веремчук О.А.* Стилiстична транспозицiя термiнологiчної лексики в сучаснiй українськiй мовi (кодифiкацiйний аспект): моногр. / За ред. Л.Струганець. – Рiвне, 2010. – 224 с.
2. *Галкина-Федорук Е. М.* К вопросу об омонимах в русском языке / Е.М. Галкина-Федорук // Русский язык в школе. – 1954. – №3. – С. 50–51.
3. *Даниленко В. П.* Русская терминология : Опыт лингвистического описания : уч. пособ. для гос. ун-тов и пед. ин-тов / В.П. Даниленко. – М. : Наука, 1977. – 46 с.
4. *Дудок Р. І.* Проблема значення та смислу терміна в гуманітарних науках: моногр. / Р.І. Дудок. – Львів : Вид. центр ЛНУ ім. І. Франка, 2009. – 358 с.
5. *Дячук Т. М.* Семантичні зсуви (розширення і звуження) як способи поповнення складу соціально-економічної термінології / Т.М. Дячук // Українська термінологія і сучасність: зб. наук. праць, 1998. – С. 125–128.
6. *Журавлев А. Ф.* Технические возможности русского языка в области предметной номинации / А. Ф. Журавлев // Способы номинации в современном русском языке. – М. : Наука, 1982. – С. 45–109.

7. *Капанадзе Л.А.* Взаимодействие терминологической и общеупотребительной лексики // Развитие лексики современного русского языка. – М.: Наука, 1965. – С. 86 – 103.
8. *Крыжановская А.В.* Актуальные проблемы упорядочения научной терминологии / А. В. Крыжановская, Л. А. Симоненко. – К. : Наук. думка, 1987. – 162 с.
9. *Лотте Д.С.* Основы построения научно-технической терминологии: Вопросы теории и методики / Д. С. Лотте. – М. : АН СРСР, 1961. – 158 с.
10. *Михалевич О.М.* Термінологізація та детермінологізація в економічній терміносистемі / О.М. Михалевич // Мовознавчий вісник : зб. наук. праць. – Черкаси, 2009. – Вип. 9. – С. 135–141.
11. *Муравицкая М. П.* Некоторые вопросы полисемии / М. П. Муравицкая : мат. для спецкурсов и спецсеминаров по лексикологии. – К. : КУ им. Т. Г. Шевченка, 1964. – 33 с.
12. *Муромцева О. Г.* Развитие лексики української літературної мови в другій половині ХІХ – на початку ХХ століття / О. Г. Муромцева. – Х. : Вища школа, 1985. – 152 с.
13. *Непийвода Н.Ф.* Детермінологізація як результат взаємодії загальнолітературної та термінологічної лексики: дис... канд. філол. наук: 10.02.02. – К., 1983. – 167 с.
14. *Нікітіна Ф. О.* Семантичні та словотворчі проблеми сучасної термінології / Ф. О. Нікітіна. – К. : Вища школа, 1978. – 30 с.
15. *Попова Н.О.* Структура та семантика лексичних запозичень з англійської в українську мову новітнього періоду: моногр. / Н. О. Попова. – Х. : ХНАДУ, 2007. – 220 с.
16. *Реформатский А.А.* Что такое термин и терминология / А. А. Реформатский // Вопросы терминологии. – М. : АН СССР, 1961. – С. 46–54.
17. *Стишов О.А.* Особливості розвитку лексичного складу української мови кінця ХХ ст. / О. А. Стишов // Мовознавство. – 1999. – № 1. – С. 7–21.
18. *Стратулат Н.В.* Семантична неологізація як спосіб збагачення словникового складу української мови / Н.В. Стратулат // Мовознавство. – 2007. – №3. – С. 69–77.
19. *Струганець Л. В.* Динаміка лексичних норм української літературної мови ХХ століття / Л. В. Струганець. – Тернопіль : Астон, 2002. – 352 с.
20. *Суперанская А.В.* Общая терминология: Вопросы теории / А. В. Суперанская, Н. В. Подольская, Н.В. Васильева. – М.: Наука, 1989. – 246 с.
21. *Туровська Л. В.* Сучасні аспекти дослідження української термінологічної лексики / Л.В. Туровська // Укр. наукова термінологія : зб. матеріалів. – К. : Наук. думка, 2009. – Зб. 3. – 2010. – С. 44–52.

#### **Список умовних скорочень:**

АМ – Азбука менеджменту : Словник / І. Мальченко, М. Самокиш, О. Ковтун. – [Б. м. ] : [Б. в.], 1993. – 68 с.

ВТССУМ – Великий тлумачний словник сучасної української мови / Укл. і гол. ред. В.Т. Бусел. – К.; Ірпінь : Перун, 2003. – 1440 с.

ГРЕ – Генеза ринкової економіки / За наук. ред. Г.І. Башнянина, В.С. Іфтемічука. – Львів : «Магнолія плюс», 2004. – 688 с.

ДК – Даниленко В. Капелюх Сікорського : роман / Володимир Даниленко. – Л. : Піраміда, 2010. – 290 с.

КМОМ – Кузьмін О.Є. Основи менеджменту : підр. / О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник. – К. : Академвидав, 2003. – 293 с.

Кост – Костенко Л. Записки українського самашедшого / Ліна Костенко. – К. : А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА, 2011. – 416 с.

КС – Колесніков Г.О. Словник із менеджменту та маркетингу : навч. посіб. / Г.О. Колесніков. – Луцьк : ВІЕМ, 2010. – 212 с.

НСІС – Новий словник іншомовних слів / Л.І. Шевченко, О.І. Ніка та ін.; За ред. Л. І. Шевченко. – К. : АРІЙ, 2008. – 672 с.

СІС – Словник іншомовних слів / Уклад. Л. О. Пустовіт та ін. – К. : Довіра, 2000. – 1018 с.

СЙМ – Стадник В. В. Менеджмент : посіб. / В. В. Стадник, М. А. Йохна. – К. : Академвидав, 2003. – 464 с.

ЭСБ – Энциклопедический словарь бизнесмена : Менеджмент, маркетинг, информатика / Под ред. М.И. Молдованова. – К. : Техніка, 1993. – 856 с.

**Н. Л. Краснопольская,**

Киевский национальный экономический университет  
имени Вадима Гетьмана,  
кафедра украинского языка и литературы

## **ТЕРМИНОЛОГИЗАЦИЯ И ДЕТЕРМИНОЛОГИЗАЦИЯ В УКРАИНСКОЙ ТЕРМИНОСИСТЕМЕ МЕНЕДЖМЕНТА**

В статье проанализированы взаимосвязанные явления терминологизации и детерминологизации в системе специальных единиц менеджмента. Охарактеризовано основные пути перехода общеупотребительной лексики в терминосистему менеджмента.

**Ключевые слова:** украинская терминосистема менеджмента, термин, терминологизация, детерминологизация.

**N. L. Krasnopolska,**

State Higher Educational Institution  
«Kyiv National Economic University named after Vadim Hetman»,  
Department of Ukrainian language and literature

## **TERMINOLOGIZATION AND DETERMINOLOGIZATION IN THE UKRAINIAN MANAGEMENT TERM SYSTEM**

Interaction between special and general vocabulary has been the subject of study in the works of many linguists, but these problems still remain relevant and require further

study. The article analyzes the interrelated processes of terminologization and determinologization in the system of special units of management.

The aim is to study the interrelated processes of terminologization and determinologization in the Ukrainian terminology of management. The task of explorations is to characterize terminologization as a result of secondary nomination and to monitor the process of determinologization in the terminology of management.

Young sciences widely use general language to create their terminological systems. The basic paths of general vocabulary for term system of management are characterized and it is proved that terminologization lexems commonly occur as a result of changes in the volume in the meaning of the word. Many commonly used lexems has become terms of management combining with dependent component that narrowed their meaning, thereby term values and common words are delimitationed.

Determinologization is the phenomenon of language system, which is a transition to the general vocabulary of terms. The article examines the characteristics and causes of getting investigated terms to common language. Determinologization is caused by the out linguistic factors such as the intense progress in science, the expansion of information exchange, the increase of the average education level of the ordinary speaker and the incredible enhancement of value of the mass media on the background of the growth of international language mutual influences. Appearing on the pages of periodicals and literature, the term stops functioning only in a very specific context, that is changing its function to call a special concept. Thus, a constant exchange occurs between special units of management and commonly used vocabulary, terms become members of the general vocabulary and vice versa, words of general use become terms of management. The perspective direction is the research of semantic processes occurring during the transterminologization in the term system of management.

**Key words:** Ukrainian management vocabulary, term, terminologization, determinologization.