

УДК 81276.6: 811.161.2: 001.4

Тамразян І.С.

НАЦІОНАЛЬНІ ТА ЗАПОЗИЧЕНІ ТЕРМІНОЕЛЕМЕНТИ В УКРАЇНСЬКІЙ КОМЕРЦІЙНІЙ ТЕРМІНОЛОГІЇ

У статті проаналізовано умови, що сприяють активізації входжень у сучасну економічну терміносистему української мови, з'ясовано причини таких запозичень, визначено національні та запозичені терміноелементи в українській комерційній термінології.

Ключові слова: термін, терміносистема, термінотворення, українська комерційна термінологія.

Кожна національна мова, зокрема українська, виконуючи різні функції в бутті людини й етносу, є «унікальною загальнолюдською цінністю як неповторний спосіб пізнання світу» [2, с. 14]. Потужною лінгвістичною базою, на основі якої формуються, усталюються й функціонують усі сфери науково-професійної діяльності, є терміносистема сучасної української мови [11, с. 5], до якої входять терміни на позначення економічних понять, зокрема комерції, торгівлі й маркетингу, що взаємопов'язані між собою.

Як відомо, творення та функціонування термінів, «зростання потоку запозичень з інших мов не може бути ізольованим від суспільних процесів і особливостей розвитку національної літературної мови» [5, с. 209]. Жодна мова, навіть лексично найбагатша, не може обійтися власними ресурсами, тому термінологія багатьох галузей знань та професійної діяльності, зокрема комерційна термінологія, «послугується лексичними та словотворчими засобами високорозвинутих літературних мов, що робить їх склад надто строкатим, поєднуючи в собі національні та міжнародні елементи» [11, с. 6]. У період середньовіччя це були переважно класичні мови – давньогрецька та латинська, остання дала моделі для творення термінів, здебільшого одноосновних та низку високопродуктивних суфіксів і префіксів, що використовуються в термінології багатьох мов. З грецької мови запозичено модель творення складних термінів (комполітів). Отже, латинські і грецькі основи термінів уже в епоху середньовіччя становили єдиний греко-латинський фонд, який запозичався батьма мовами. Пізніше джерелом запозичень стали німецька, французька та англійська мови [11, с. 6; 13, с. 129].

Мета дослідження – вказати на умови, що сприяють активізації входжень у сучасну економічну терміносистему української мови, зокрема в

комерційну, та з'ясувати причини таких запозичень. Важливо визначитися між невмотивованими запозиченнями іншомовних номенів і вузьконаціональною замкненістю в розбудові економічної термінології.

Проблема вибору національної та чужомовної назви для позначення економічного поняття була актуальною ономазіологічною проблемою економічної, економіко-правової, фінансово-кредитної та комерційної термінології [6, с. 12-15; 7, с. 20-26; 9, с. 34-38]. Ця проблема актуальна і тепер, адже одним із яскраво виражених процесів, що спостерігається в усній і писемній формах сучасної української літературної мови, є активізація використання іншомовних слів. Про це свідчить не лише збільшення кількості нових запозичень термінів на означення економічних понять, але й розширення галузей функціонування іншомовного походження, серед яких переважають терміни фінансово-економічної та комерційної діяльності.

Українська комерційна термінологія поповнилася запозиченнями з різних мов: латинської (*процент, дивіденд*), італійської (*валюта, каса*), німецької (*маклер, вексель, штраф*), французької (*котирування*), англійської (*тариф, трейдер, хейджер, краудфандинг*), російської (*виручка, неустойка, недоїмка*).

Відомо, що в різні періоди свого розвитку українська мова запозичувала лексику на означення економічних, зокрема комерційних, понять завдяки торговельним, територіальним і культурним контактам [7, с. 20-26].

Як відомо, ще двадцять років тому питома вага термінів іншомовного походження становила близько сорока відсотків [8, с. 163]. Кількість запозичень у лексичній системі зростає внаслідок формування глобально-інформаційного простору, суспільних та економічних процесів, спрямованих на світову інтеграцію [6, с. 13]. Хоча запозичення в термінології розглядають як об'єктивний фактор її розвитку, проте запозичення з російської мови, активно вживані в 30-80-ті роки ХХ ст., потрапляли в українську економічну термінологію, зокрема комерційну, навіть за наявності національних відповідників (часто штучно, без нагальної потреби). Нині українські термінологи і термінографи такі запозичення переглядають, виправляють невідлі терміни-русизми й під час укладання термінологічних словників надають перевагу українським еквівалентам: *дообробка – дооброблення, доход – дохід, виручка – виторг, неустойка – безпека* тощо).

Прямі запозичення, з одного боку, формують спільний лексичний фонд у необов'язково споріднених мовах, що сприяє взаєморозумінню фахівців, які розмовляють різними мовами [4, с. 109], а з другого – надмірне захоплення чужими термінами ускладнює спілкування між членами суспільства.

Видатний український термінолог Л. Симоненко відстоює думку, що «немає потреби користуватися іншомовною лексикою, якщо в мові існують питомі слова на зразок *бартер* (обмін), *брокер* (посередник), *копірайт* (авторське право), *салоган* (рекламне гасло), *рамбурсувати* (повертати борг) тощо» [11, с. 6].

Отже, запозичення комерційних термінів – це природне явище, об'єктивний і неминучий фактор її формування. Однак доцільним воно може бути за умови відповідності комунікативним потребам суспільства й збереження національної специфіки економічної терміносистеми. На нашу думку, незаперечним і очевидним є таке: основним у термінотворенні повинно бути використання питомих ресурсів української мови, а пропорції між національними і запозиченими терміноелементами – доцільними.

Як, наприклад, це добре видно з тексту «Збут як економічна категорія», що був дібраний із підручника «Маркетинговий менеджмент» за редакцією Л.В. Балабанової (К., 2004) і запропонований для опрацювання студентам-економістам на заняттях з української мови за професійним спрямуванням [15].

Зразок тексту з передтекстовими завданнями:

1. **Запишіть текст. Розкрийте дужки, вставте, де потрібно, пропущені літери. Розставте розділові знаки.**

Що собою являє *збут* як економічна кат(е,и)горія? У щ(е,и)рокому розумін...і це понят..юя означає процес що охоплює трансформуван...я складуван...я просуван...я до оптових і роздрібних торговельних ланок тощо. У вузькому розумін...і збут ототожнюється з поняттям *продаж* або *реалізація*.

Необхідніс...ть управлін...я збутом зумовлена його багато/плановою значущіс...тю будь/якого підприємства:

1. (У,у; В,в) сфері збуту остаточно визначає...ся результат усіх зусиль підприємства спрямованих на розвиток підприємства та отриман...я максимального *прибутк(а,у)*.

2. (П,п)р(е,и)стосовуючи збутову мережу до *попит(а,у)* покупців виробник має значно більше шансів перемогти в конкурентній боро(т,д)ьбі.

3. (З,з)бутова мережа наче/б/то продовжує процес виробництва беручи на себе до виготовлення товару та його підготування до продажу (сортування, фасування, упакування).

Серед найважливіших завдань до поданого вище тексту вважаємо такі:

1. Дати заголовок тексту, підкреслити в ньому терміни на означення економічних понять, зокрема термінів на означення понять комерції, торгівлі

і маркетингу. Яких мовних норм потрібно дотримуватися під час написання відповідних термінів?

2. Пояснити лексичне значення виокремлених термінів (за тлумачними словниками). дібрати синоніми, де можливо – антоніми.

3. Вказати на походження термінів, наявних у тексті.

4. Виконати мовностилістичний аналіз тексту.

На нашу думку, саме текстовий матеріал забезпечує ефективне засвоєння мовних явищ, наочно показує їх функціонування. Лінгвостилістичний аналіз тексту дає можливість студентам осмислити значення і значущість елементів мовної структури, допомагає визначити функційну роль терміноодиниць на означення економічних понять, зокрема термінів на означення понять комерційної торгівлі й маркетингу, що є взаємопов'язаними й актуалізованими у тексті.

ЛІТЕРАТУРА

1. Береза А.М. Електронна комерція : навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / А.М. Береза, Ф.А. Левченко, В.М. Гужва, В.С. Трохименко. – К.: КНЕУ, 2004. – 108 с.
2. Васенко Л.А. Фахова українська мова : навч. посібник / Л.А. Васенко, В.В. Дубічинський, О.М. Кринець. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 272 с..
3. Дубічинський В.В. Концепція мовної підготовки / В.В. Дубічинський // Українська термінологія і сучасність : зб. наук. праць. – Вип. IV. – К.: КНЕУ, 2001. – 368 с.
4. Д'яков А.С. Основи термінотворення. Семантичні та соціальні аспекти / А.С. Д'яков, Т.Г. Кияк, З.Б. Куделько – К., 2000.
5. Журавлєва Т.А. Особенности терминологической номинации / Т.А. Журавлєва – Донецьк, 1998. – 253 с.
6. Козловець І.І. Запозичення у фінансово-кредитній термінології / І.І. Козловець // Філологія. методика. Педагогіка : збірник наукових праць викладачів кафедр іноземних мов та української мови і літератури Київського національного економічного університету. – К.: КНЕУ, 2002. – 166 с.
7. Крисюк І.С. З історії формування української комерційної термінології / І.С. Крисюк. – К.: КНЕУ, 2002. – 166 с.
8. Панько Т.І. Українське термінознавство : підр. / Т.І. Панько, І.М. Кочан, Г.П. Мацюк. – Львів, 1994. – 216 с.
9. Пастернак Т.Ю. Роль інтернаціоналізмів у формуванні української економічно-правової термінології / Т.Ю. Пастернак // Філологія. Методика. Педагогіка: збірник наукових праць викладачів кафедр іноземних мов та української мови і літератури Київського національного економічного університету. – К.: КНЕУ, 2002. – 166 с.
10. Симоненко Л.О. Лінгвістичні проблеми унормування наукової термінології / Л.О. Симоненко Національні і інтернаціональні компоненти в сучасних терміносистемах. – К., 1993.
11. Симоненко Л.О. Українська наукова термінологія б стан та перспективи розвитку / Л.О. Симоненко // Українська термінологія і сучасність : зб. наук. праць. Вип. IV. / відп. ред. Л.О. Симоненко. – К.: КНЕУ, 2001. – 368 с.

12. Симоненко Л.О. Лінгвістичні проблеми унормування наукової термінології / Л.О. Симоненко // Українська термінологія і сучасність : зб. наук. праць. Вип. VII / відп. ред. Л.О. Симоненко. – К.: КНЕУ, 2007. – 416 с.
13. Суперанская А.В. Общая термінологія. Терминологическая деятельность / А.В. Суперанская, Н.В. Подольская, Н.В. Васильева. – М., 1993.
14. Тараненко О. Нормативні тенденції в сучасній українській мові і явище варіантності / О. Тараненко // Українська термінологія і сучасність : зб. наук. праць. Вип. VII / відп. ред. Л.О. Симоненко. – К.: КНЕУ, 2007. – 416 с.
15. Тамразян І.С. Опрацювання національних та запозичених комерційних термінів на заняттях з української мови в економічному вищому навчальному закладі / І.С. Тамразян Науковий часопис національного педагогічного університету імені М.П.Драгоманова. Серія 17. Вип. 27 // Теорія і практика навчання і виховання. – К.: Видавництво НПУ імені М.П. Драгоманова, 2015.

В статтє проанализированы условия, способствующие активизации лексических вхождений в современную экономическую терминологическую систему украинского языка, исследованы причины таких заимствований, определены национальные и заимствованные терминологические элементы в украинской коммерческой терминологии.

Ключевые слова: термин, терминосистема, терминология, украинская коммерческая терминология.

The article analyzes the conditions conducive to the activation of occurrences in the current economic terminosystem of Ukrainian language. The reasons of such borrowing, defined national and borrowed terminological elements in Ukrainian commercial terms.

Key words: term, terminological, terminology, Ukrainian commercial terminology.

УДК 811.161.2:81'373.2

Цілина М.М.

УКРАЇНСЬКІ ІДЕОНІМИ ХХ СТ.

У статті представлено один із періодів хронологічної класифікації українських власних назв, пов'язаних із духовною сферою людини. Зокрема, розглянуто такий тип пропріативів за часом виникнення, як нові ідеоніми (виникли у ХХ ст.). З'ясовано динаміку їх утворення та репрезентовано основні ідеонімні сектори.

Ключові слова: ідеоніми; нові ідеоніми; артіоніми; бібліоніми; гемероніми; поетоніми; хрононіми.

Ідеоніми – найменування об'єктів, пов'язаних із духовною сферою людини, – одна з найменш вивчених українських онімічних систем. Найбільшу увагу дослідників усіх ономастичних шкіл у цій галузі привертала