

8. Храповська Г. Українська реклама: проблеми мовної безграмотності. *Українська мова та література*. 2001. № 8. С. 5 – 12.

Iryna Kolesnikova

LANGUAGE OF MODERN ADVERTISING

Professional language is a universal tool of specialists' communication. Every professional language has its specificity at different levels. They are terminology, genre features of texts, ethics of professional communication etc. However, none of these languages can be an antagonist of literary language.

Violation of the standards of literary language, intellectual imbalance between the advertiser's IQ and the consumer, the existence of negative connotations and emotions, failure to reach advertiser's intentions; unsuccessful linguistic design of advertising product, violation of ethics of communication with the client; failed branding; inappropriate neologisms; wrong semantics towards words of foreign origin, famous to placenames, onyms, dubious creativity are typical features of language.

Linguoreklamistics is a modern expert on the language of copywriting which allows not only to make professional re-branding and to find both linguistic and intellectual mistakes in an advertising text, but also to find a name for the company or institution according to their specialty, that is to function as troubleshooting and to make qualitative advertising product.

Keywords: linguoreklamistics, language of modern copywriting, advertising text, advertising product, branding, re-branding, professional language, troubleshooting.

УДК 811.161.2'373.46

Н.Л. КРАСНОПОЛЬСЬКА

м. Київ, Україна

РОЛЬ МОРФОЛОГІЧНОГО СЛОВОТВОРЕННЯ У ФОРМУВАННІ УКРАЇНСЬКОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ МЕНЕДЖМЕНТУ

У статті розглянуто морфологічний спосіб творення термінів менеджменту, зокрема проаналізовано й подано опис його основних різновидів: афіксації, основоскладання, слово-складання та абрєвіації.

Ключові слова: *термінологія менеджменту, афіксація, основоскладання, слово-складання, абрєвіація.*

Сучасний етап розвитку української наукової термінології позначений активним опрацюванням термінологічного фонду різних галузей знань, пов'язаних із життям та суспільною діяльністю людини. Зокрема, у наукових доробках О.А. Покровської, І.І. Вакулик, О.П. Винник, Г.В. Чорновол, О.В. Чуєшкової, М.І. Навальної, Т.М. Дячук, О.М. Михалеви́ч та інших дослідників

© Н.Л. КРАСНОПОЛЬСЬКА, 2019

схарактеризовано шляхи та способи формування економічної терміносистеми, висвітлено проблеми її стандартизування та кодифікування, проаналізовано словотвірні особливості.

Мета пропонованої розвідки – лінгвістичний аналіз закономірностей морфологічного термінотворення в сучасній українській терміносистемі менеджменту.

Одним із найзначніших джерел збагачення української термінології менеджменту є морфологічний спосіб словотвору. На думку Т.І. Панько, саме афікси посідають провідне місце у становленні терміносистем, оскільки «в морфологічній структурі слова-терміна, утвореного шляхом афіксації, органічно закладені основи структурної систематизації, які мають першочергове значення для термінології» [12, с. 121].

Утворення термінів відбувається в основному за тими самими словотвірними моделями і за допомогою тих самих словотворчих афіксів, за якими створюються і слова загальнолітературної мови, проте існують деякі специфічні особливості, властиві тільки термінологічному словотворенню. Афіксальному термінотворенню притаманна підвищена продуктивність і вживаність окремих терміноелементів, а також суворіша семантична спеціалізація словотворчих морфем і словотвірних моделей [10, с. 138]. Наприклад, модель із суфіксами **-ент**, **-ант** у досліджуваній терміносистемі слугує для утворення спеціальних назв на позначення осіб за видом і сферою діяльності: *продуцент*, *депутант*, *диспонент*, *конкурент*. Висока продуктивність (поряд із семантичною спеціалізацією) принциповим чином відрізняє моделі із суфіксами **-ент**, **-ант** у фаховій лексиці від аналогічної моделі в загальнолітературній мові, де вона належить до непродуктивних. Натомість назви осіб за професією та видом діяльності в українській загальнолітературній мові найчастіше творяться за допомогою суфіксів **-ач**, **-ник**, **-льник**, **-ець**, **-ар** (**-яр**). В аналізованій термінології вони малопродуктивні. Незважаючи на те, що «суфікс **-ач** належить до тих словотворчих засобів, які за рівнем продуктивності та функціональним навантаженням становлять національну специфіку іменникового словотвору української мови» [1, с. 3], у термінології менеджменту його практично не використовують.

Така суворіша семантична спеціалізація морфем і моделей у сфері національної термінології спричинює створення повторюваних стандартних терміноелементів у низці термінів, що сприяє класифікаційній упорядкованості термінів, яка відіграє доволі важливу роль під час формування галузевих термінологій [8, с. 54].

Афіксальному термінотворенню у сфері менеджменту, як і в багатьох інших галузях науки, характерне широке застосування міжнародних греко-латинських морфем, наприклад: *зінтерсегментація*, *субординація*, *контрпсегментація*, *децентралізація*, *реінжиніринг*, *дезорганізація*.

Термінологічна деривація різних національних мов має більше словотворчих засобів, ніж словотвір загальнонаціональної мови. Багатьом терміносистемам притаманне широке використання символослів, які в загальнолітературних мовах не можна зарахувати до числа продуктивних словотворчих засобів. У досліджуваній термінології засвідчуємо вживання символічних позначень зі словами, наприклад: *х-неефективність* – «ситуація, за якої виробничі витрати

вищі за можливі мінімальні, що призводить до неефективних результатів» (ШМ, с. 376). Особливою рисою символослів, на думку В.П. Даниленко, є їхня повна умовність, штучна прийнятність і свідомо закріпленість [4, с. 107]. Крім того, такі символослова зручні своєю лаконічністю та однозначністю, що дуже важливо для будь-якого терміна. Зазначимо, що загальнолітературне словотворення української мови практично не має одиниць номінації, аналогічних цим символословам. Тому зазначений спосіб словотвору є однією з найяскравіших специфічних рис морфологічного термінотворення, яка дозволяє безпомилково визначити належність тексту, у якому містяться подібні структурні утворення, мові науки. Застосування їх у сфері спеціальної лексики виправдане тим, що за їх допомогою можливо в короткій формі виразити такі релевантні ознаки понять, для яких не можна знайти в сучасних національних мовах інших неописових засобів вираження [8, с. 55].

Суфіксація. Серед способів термінологічної деривації провідна роль належить суфіксації, оскільки «суфікси виразно відрізняються від префіксів широким діапазоном варіювання» [6, с.10]. Модель із іншомовним суфіксом **-аці/ї/-** у досліджуваній термінології дуже продуктивна, на відміну від загальнолітературної мови, і використовується для творення термінів, які позначають назви процесів. Твірними для таких дериватів є дієслівні основи на **-ува/-зува/-изува/-ізува-**: централізувати – *централізація*, мотивувати – *мотивація*. Але найчастіше такі терміни не мають в українській мові відповідних дієслів: *департаменталізація, стагнація, ротація, рестрикція, кондиція*.

Високою продуктивністю відзначається питомий суфікс **-нн-(я)**, за допомогою якого від основ дієслів утворюють терміни-іменники на позначення назв процесів і дій: делегувати – *делегування*, контролювати – *контролювання*, за аналогією: *управління, адміністрування, планування, профілювання, регламентування, регулювання, демпірування, резервування, дублювання*.

Порівняно невелика кількість термінів, утворених за допомогою питомого суфікса **-ств- / -цтв-**. Вони позначають здебільшого назви процесів та явищ: *лідерство, партнерство, керівництво, суперництво, наставництво, інструкторство, інспекторство*.

Як діалектичну єдність національного й міжнародного розглядаємо терміни з суфіксом **-ість**, успадкованим із праслов'янського лексичного фонду. Такі номінації утворені від основи прикметника або дієприкметника і виражають «ознаки абстрагованості від предмета або властивості чого-небудь» [7, с. 45]. Наприклад: *рентабельність, продуктивність, відповідальність, економічність, адекватність, валентність, ефективність*.

Обмежено, але трапляються терміни-іменники із суфіксом **-ість**, мотивовані складними прикметниками: *працездатність, конкурентоспроможність, цілеспрямованість*. «Для моделі іменників з суфіксом **-ість** характерне постійне розширення словотвірних зв'язків цього форманта з основами прикметників різного походження і морфологічної будови, а отже, зростає активність цієї моделі та її роль як основної і продуктивної для творення іменників на позначення властивостей...» [15, с. 72].

Значне місце в термінології менеджменту посідає якісна характеристика понять. Цю функцію виконують прикметники, за допомогою яких виділяються характерні ознаки процесів, явищ тощо. Щодо термінологічності прикметників

серед дослідників існують різні погляди. На думку В.П. Даниленко, прикметники можуть бути самостійними термінами, оскільки основною мовною ознакою є «невмотивованість, яка в цьому випадку збігається з тим, що це, як правило, слова, запозичені в нашу мову як готові лексичні одиниці, або прикметники, що утворилися на російському ґрунті від запозичених невмотивованих основ іменників» [3, с. 47]. Л.О. Симоненко вважає, що прикметники потрібно розглядати як складник термінів-словосполучень, оскільки «по-перше, усі прикметники на сучасному етапі вмотивовані твірними основами, по-друге, вони, як правило, дають якісну характеристику понять і можуть вступати в словосполучення з різними словами, що характеризують різні поняття» [14, с. 136].

Спостереження над конкретним фактологічним матеріалом дають підставу вважати обґрунтованим ухвалення прикметників у систему термінологічної лексики менеджменту як автономних термінів, що однозначно іменують поняття менеджменту, не виключаючи асоціацій із загальноживаними словами. До складу термінів-словосполучень менеджменту входять відносні прикметники. Вони можуть утворюватися від іменникових основ східнослов'янських і запозичених слів:

1) за допомогою суфіксів **-н-**, **-ов-**, **-ев-** і вказувати на ознаку предмета за його походженням або призначенням: *комерційний директор, платіжна матриця, товарний знак, тактичне планування, еталонна влада, процесний підхід до управління, рекламний слоган, апаратні менеджери, бюджетний контроль, службовий нагляд, ділова стратегія, фінансова стратегія, кадрова політика, ринковий розвиток, фірмовий знак, цінова стратегія, нульовий ризик, цільове управління, нішева стратегія, організаційні структури, посадові інструкції*.

Інколи прикметники утворені за допомогою вторинної суфіксації, за якої суфікс **-н-** ускладнений формантами **-ич-**, **-іч-**: *технологічний поділ, бюрократична інформація, психологічна угода*;

2) за допомогою суфікса **-н-**, **-ов-** і вказувати на відношення до часу: *сезонні знижки, підсумковий контроль, поточний контроль, постійний комітет*;

3) за допомогою суфікса **-н-**, **-альн-** і вказувати на ознаку щодо місця: *горизонтальна структура, вертикальна структура, регіональна структура*;

4) за допомогою суфікса **-ськ-/цьк-**, що означає належність: *управлінське рішення, господарська місія, інструкторські вказівки, підприємницький ризик*.

Префіксація. Специфіка префіксального словотворення «полягає у тому, що префікси як словотвірні форманти приєднуються до цілого слова, утворюючи нові слова того самого лексико-граматичного класу» [2, с. 543]. У творенні термінів менеджменту беруть участь питомі префікси **над-**, **перед-**, **без-**, **поза-**, **під-**, **не-** і префікси іншомовного походження: **гіпер-**, **анти-**, **де-**, **ре-**, **контр-**.

Префікс **без-** у термінах-прикметниках виражає відсутність того, на що вказує твірна основа: *безготівкові розрахунки, безлімітне кредитування, безризикова зона, безперервна реорганізація*.

Префікс **поза-** надає термінам значення перебування за межами того, що означає твірна іменникова основа: *позабалансовий рахунок, позавиробничі витрати, позаекономічний примус, позаробочий час*.

Серед найпродуктивніших питомих префіксів у термінології менеджменту є префікс **не-**. За допомогою цього форманта продукуються терміни, що означають відсутність того, що виражає твірна основа: *неплатоспроможність*,

невизначеність, нерезиденти, ненормовані (активи), нетарифний (бар'єр), невиробничі (фонди), нерегулярні (кризи), непрямі (зв'язки), неформальні (зв'язки), нематеріальні (стимули), нецінова (конкуренція).

Одним із найуживаніших іншомовних префіксів є префікс **ре-**, що означає протилежну дію або протидію: *реінжиніринг, реконструкція, редизайн, реімпорт, реінвестиція, ревалоризація, рефінансування, реприватизація, ремаркетинг.*

Відносно продуктивним є префікс латинського походження **де-**, який вказує на відміну раніше здійснених процесів. Наприклад, *декомпозиція, децентралізація, декодування, демаркетинг, демонополізація, деномінація.*

Префіксація належить до менш продуктивних способів термінотворення.

Основоскладання є одним із продуктивних способів словотворення, яке на всіх етапах розвитку української мови сприяло поповненню її словникового складу. Використання осново- і словоскладання «у різні періоди має своєрідні риси, зумовлені появою нових слів у відповідь на соціальне замовлення, збільшенням запозичень-складних слів, засвоєння яких веде до виокремлення нових або зростання продуктивності вже відомих основ і залучення їх у процеси словотворення мови, подальшим згортанням словосполучень..., термінізацією і детермінізацією загальнолітературної мови» [5, с. 134]. Терміни-композиції мають перевагу перед термінами-словосполученнями, оскільки характеризуються семантичною єдністю, функціонують у тісному зв'язку з системою словосполучень і є вищим ступенем конкретизації [13, с. 78].

Для характеристики термінів менеджменту за розміром використовують складні слова з компонентами **макро-** та **мікро-**: *макропроцеси управління – мікропроцеси управління, аналогічно: макроструктура ринку – мікроструктура ринку, макроекономічні моделі – мікроекономічні моделі, макросередовище – мікросередовище.*

Терміни з міжнародним компонентом **-грама** є назвами схематичного зображення явищ, зв'язків у менеджменті: *діаграма, топограма, хронограма, органіграма, професіограма.*

Особливо широко в аналізованій терміносистемі репрезентовані складні слова, утворені поєднанням двох основ за допомогою інтерфіксів **-о-**, **-е-**, причому друга основа часто ускладнена суфіксом: *діловодство, заводоуправління, довготермінові (цілі), короткотермінові (цілі), справочинство, ресурсозбереження, ціноутворення, фондоозброєність (праці).*

Як засвідчує практика, серед термінів-композицій значне місце посідають складні прикметникові сполучення. За структурно-морфологічними ознаками їх можна поділити на такі види:

1) терміни-композиції, утворені поєднанням двох прикметникових основ: *адміністративно-управлінський (персонал), глобально-корпоративний (менеджмент), виробничо-господарська (діяльність), соціально-психологічні (методи управління), логіко-формалізовані (методи прийняття рішень), теоретико-ігрові (методи прийняття рішень), соціально-психологічні (умови праці), організаційно-технічні (умови праці), дивізійно-продуктова (структура), експлуататорсько-авторитарний (стиль лідерства), доброзичливо-авторитарний (стиль лідерства), програмно-цільове (управління), дивізійно-регіональна (структура), продуктивно-маркетингова (стратегія), причинно-наслідкове*

(моделювання), *адміністративно-державне* (управління), *організаційно-розпорядчі* (методи менеджменту), *постачальницько-збутовий* (менеджмент), *програмно-цільова* (організаційна структура управління). Цей тип творення відзначається найвищою продуктивністю;

2) композити, першою частиною яких є займенникова основа, а другою – іменникова: *самоменеджмент, самоуправління, самофінансування, самоухилення, собівартість*. Цей тип творення малопродуктивний;

3) складні терміни, перша основа яких прислівникова, а друга – прикметникова: *внутрішньоособистісний* конфлікт, *внутрішньофірмовий* менеджмент, *довготерміновий* план, *середньотерміновий* план;

4) складні слова-терміни, утворені поєднанням основи числівника та прикметника: *багатонаціональна* корпорація, *двофакторна* модель Герцберга, *тримірна* схема Абеля.

Словоскладання (юкстапозиція). Творення юкстаполітивів – один із продуктивних способів збагачення системи термінів менеджменту. Зростання продуктивності словоскладання в терміносистемах європейських мов науковці пояснюють низкою причин. Позамовною причиною є поява складних понять, приладів, пристроїв, систем для позначення яких потрібні терміни-складні слова, у яких опорні компоненти зазвичай виражають поняття певної галузі знань, а залежні – називають будь-які ознаки цих понять. Внутрішньомовними причинами зростання продуктивності словоскладання дослідники називають такі: 1) існування внутрішньої структури вже наявних у мові науки й техніки термінів-складних слів, за аналогією з якими утворюються нові терміни; 2) здатність термінів-складних слів бути зручним засобом передавання складних понять у стислій формі; 3) прагнення до стислості, яка характерна для термінів-складних слів, оскільки вони мають компактну форму при ускладненому змісті; 4) прозора смислова структура термінів-складних слів [11, с.119].

Переважає частина термінів менеджменту, що утворилися словоскладанням, – це іменники на позначення процесів: *бренд-менеджмент, тайм-менеджмент, маркетинг-менеджмент, бізнес-планування, бізнес-стратегія, маркетинг-мікс, кейс-метод*. Юкстаполітивити, що є наслідком словоскладання, допомагають конкретизувати тип керівника: *керівник-автократ, керівник-ліберал, керівник-популіст, керівник-демократ, керівник-формаліст, керівник-апаратник*. Велику продуктивність у складі термінів-юкстаполітивів менеджменту має іменник *менеджер*: *офіс-менеджер, фандменеджер, бренд-менеджер, коменеджер, лідлменеджер, мідлменеджер, проект-менеджер, менеджер-інтегратор, ризик-менеджер, топменеджер, дисконт-менеджер, маркетинг-менеджер, акаунт-менеджер, секретар-офіс-менеджер, прес-менеджер*. Варто зазначити, що термін *прес-менеджер* за структурою і семантичним співвідношенням своїх компонентів зберігає ознаки аббревіатур та юкстаполітивів.

Абревіація. Терміносистема менеджменту активно поповнюється термінами, утвореними аббревіацією. Аналізуючи творення таких термінів, Д.С. Лотте зазначав: «Безперечно, що аббревіатурний метод криє в собі велику небезпеку – часто призводить до псування й перекручування мови, ряду непорозумінь і технічних помилок; тому від масового і безладного застосування цього методу треба відмовитися. Але разом із тим неправильно його зовсім відкинути» [9, с. 31]. Не варто нехтувати цим способом творення термінів, якщо буде

«збережено почуття міри, мовного почуття і термінологічного смаку» [там само].

Доцільність та особлива інформативна зручність аббревіатурних утворень у термінології не викликає жодних сумнівів, оскільки аббревіатури в терміносистемах виникають у зв'язку з конденсацією тексту, що зумовлено тенденцією до скорочення обсягу без втрати змісту.

За своєю будовою аббревіатури поділяють на ініціальні (буквені, звукові та ініціально-цифрові), складові та мішані. Найпоширенішими в терміносистемі менеджменту є ініціально-буквені аббревіатури: ЄТС – єдина тарифна сітка, ГВС – *гнучка виробнича система*, ПНМ – *планування необхідності матеріалів*, ПВР – *планування виробничих ресурсів*, ОР – *організаційний розвиток*, ВГ – *витрати граничні*, ВМП – *витрати майбутніх періодів*, ГМП – *генеральна мета підприємства*, ЖЦТ – *життєвий цикл товару*.

Засвідчуємо поодинокі випадки складової аббревіатури: *адмінперсонал, госпрозрахунок, гендиректор*. Варто зазначити, що не кожне словосполучення може стати основою аббревіатури. «Лише за наявності у нього смислової цілісності, семантичної єдності воно здатне включитися у процес аббревіації» [13, с. 151].

Особливістю української терміносистеми менеджменту є існування у фаховій літературі аббревіатур-англіцизмів, записаних переважно латинською графікою, рідше – українською. Це можна пояснити тим, що поняття, явища, процеси менеджменту, які позначають ці терміни, виникли в США і входять в українську терміносистему разом із назвою, наприклад: *SWOT-аналіз* (аналізу підлягають сильні сторони (Strength), слабкі сторони (Weakness) внутрішнього середовища організації, а також можливості (Opportunities) і загрози (Threats) зовнішнього середовища організації; *TQM* (Total quality management) – «загальне управління якістю»; *TQC* (Total quality control) – «загальний контроль якості»; *JIT* (just-in-time delivery) – «постачання вчасно». «Використання аббревіатур дає можливість скоротити або згорнути довжину термінів. Це робить їх оптимальними для сприймання, що передбачено правилами розроблення стандартів на терміни» [6, с. 21].

Отже, морфологічне словотворення, представлене афіксацією, словоскладанням, основокладанням та аббревіацією, є одним із важливих джерел поповнення терміносистеми менеджменту новими одиницями.

1. Городенська К.Г. Словотвірна варіантність і процеси унормування сучасної української термінології. *Українська термінологія і сучасність*: Зб. наук. праць. Київ, 2003. Вип. V. С. 3 – 6.
2. Городенська К.Г. Префіксальне словотворення. *Українська мова. Енциклопедія*. 3-є вид., випр. і доп. Київ, 2007. 856 с.
3. Даниленко В.П. О месте научной терминологии в лексической системе языка. *Вопросы языкознания*. 1976. № 4. С. 64 – 71.
4. Даниленко В.П. О терминологическом словообразовании. *Вопросы языкознания*. 1973. №34. С. 76 – 85.
5. Клименко Н.Ф., Карпіловська Є.А., Кислюк Л.П. Динамічні процеси в сучасному українському лексиконі: монографія, Київ, Видавничий дім Д. Бураго, 2008. 336 с.
6. Клименко Н.Ф. Основи морфеміки сучасної української мови. *Українська мова та література*. 2000. № 29 – 32. 94 с.

7. Ковалик І.І. Вчення про словотвір. Львів, 1961. Вип. 2. 83 с.
8. Лингвистический аспект стандартизации терминологии. Москва, 1993. 126 с.
9. Лотте Д.С. Основы построения научно-технической терминологии: Вопросы теории и методики. Москва, 1961. 158 с.
10. Павлова О.І. Основи термінознавства: навч. посіб. Рівне, 2011. 200 с.
11. Павлова О.І. Словоскладання як один зі способів термінотворення в англійській, французькій, російській та українській мовах. *Науковий вісник Волинського нац. ун-ту ім. Лесі Українки*. Луцьк, 2008. Філологічні науки. № 2. С. 116 – 119.
12. Панько Т.І. Від терміна до системи: Становлення марксистсько-ленінської політично-економічної термінології у східнослов'янських мовах: навч. посібник. Львів, 1979. 147 с.
13. Симоненко Л.О. Біологічна термінологія: Формування та функціонування: навч. посібн. Умань, 2006. 104 с.
14. Склад і структура термінологічної лексики української мови / А.В. Крижанівська, Л.О. Симоненко, Т.І. Панько та ін.; ред. А.В. Крижанівська. Київ, 1984. 196 с.
15. Туровська Л.В. Особливості семантики термінів категорії властивостей. *Українська термінологія і сучасність*: Зб. наук. праць. Київ, 2009. Вип. VIII. С. 71 – 77.

УМОВНІ СКОРОЧЕННЯ

ШМ – Шегда А.В. Менеджмент: підруч. Київ, 2004. 687 с.

Nataliya Krasnopolska

THE ROLE OF MORPHOLOGICAL WORD-BUILDING IN FORMATION OF THE UKRAINIAN TERMINOLOGY OF MANAGEMENT

The study of Ukrainian terminology of management shows that one of the sources of its formation is morphological word-formation. Formation of terms occurs mainly on the same word-building models and with the help of the very word-formation affixes, which also create the words of the general literary language, but there are some specific features inherent only in the terminological word-formation. The suffixal method is noted for high productivity, in particular, the foreign language suffix - **ацi/j/-** and the Ukrainian **-нн-**. Word formulation refers to the productive methods of term creation. Great performance in the terms of management, which are formed by word-building, has a noun *manager*. High activity in the processes of nomination of concepts, processes, phenomena, etc., of management, reveals the basic formulation. The most productive are complicated adjective phrases, which are structurally morphologically divided into 4 species. Abbreviation is an active terminology in the analyzed terminology. The peculiarity of the studied terminology system is the use in the professional literature of abbreviations-anglicisms, recorded mostly in Latin graphics, rarely – in Ukrainian.

Key words: terminology of management, affixation, foundation, word-formation, abbreviation.