

Czachorowska, M., Szewczyk, Ł. M. (red.), *Onomastyka polska a nowe kierunki językoznawcze*, Bydgoszcz: Wydaw. WSP w Bydgoszczy, s. 113–122.

Краснопольська Н.Л.

кандидат філологічних наук

доцент кафедри української мови та літератури

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

АНГЛІЦИЗМИ В УКРАЇНСЬКІЙ ТЕРМІНОЛОГІЇ МЕНЕДЖМЕНТУ

Анотація. Стаття присвячена проблемам англомовних запозичень в українській термінології менеджменту. У статті розглянуто причини англомовних запозичень, проаналізовано особливості їх адаптації до законів української мови.

Ключові слова: українська термінологія менеджменту, запозичення, англіцизми, адаптація.

Abstract. The article is devoted to the problems of English-language loan words in the Ukrainian language of terminology of management. The article deals with the causes of English-language loan words, analyzes the peculiarities of their adaptation to the laws of the Ukrainian language.

Key words: Ukrainian terminology of management, loan words, Briticisms, adaptation.

Наукова термінологія є показником розвитку наукового, соціально-економічного та культурного поступу держави. Питання про те, якою повинна бути термінологія — національною чи міжнаціональною, — завжди було дискусійним. Особливо гостро ця проблема постає в мовах, які довгий час існували в умовах бездержавності. До таких належить і українська мова. Утиски української мови довгий час стримували розвиток національної наукової термінології. Набуття Україною статусу незалежності, зміна політичних орієнтирів зумовили і зміну мовної ситуації в країні.

Сьогодні мовознавці шукають відповіді на низку питань: має бути вітчизняна термінологія суто українською чи інтернаціональною; яким має бути ступінь інтернаціоналізації; коли для впровадження чужих термінів є вагомі підстави; що робити із засиллям запозичень у науковій мові тощо.

У науковій лексиці співіснують чуже й питоме, міжнародне й національне. Перший складник єднає її з міжнародними стандартами, другий виявляє її самобутність, зберігає народний характер. Загальновідомо, що для повноцінного розвитку термінології важливо дотримуватися рівноваги, оптимального співвідношення цих двох складників, тобто враховувати однаковою мірою зарубіжні й національні традиції.

Українська терміносистема менеджменту формувалася і продовжує формуватися на ґрунті терміноодиниць, випрацьованих у наукових дослідженнях американських учених із проблем менеджменту, тобто американізмів та англіцизмів. Українська мова не встигає запропонувати для нового поняття термін-відповідник, який би ґрунтувався на національній основі. Таким чином, пріоритет у створенні нової реалії зумовлює пріоритет і в її номінації, що веде до «експортування» назви. Напр.: *кейс-метод* — «система підготовки менеджерів,

що полягає в моделюванні й вирішенні виробничих ситуацій», *бенчмаркінг* — «методика управління, спрямована на поліпшення якості продукції та досягнення переваг у конкурентній боротьбі», *партисипація* — «залучення найманих працівників до прийняття управлінських рішень», *хендз он* — «відхід від пасивного управління і безконтрольного надання коштів до активної участі». Іншомовні терміни потрапляють у мову й залишаються в терміносистемі за умови існування незаповнених лакун у лексичній системі мови. «Англіцизм, на думку В. Пілецького, як і будь-яке інше запозичене слово, доречний, якщо він позначає поняття, що з різних причин ще не назване засобами української мови або в ній відсутній рівновартісний відповідник, за наявності ж у мові питомих або запозичених термінів, що прижилися в мові, англіцизми сприяють «вимиванню» власне мовних термінів» [9, с. 52].

Статтю присвячено дослідженню англіцизмів у терміносистемі менеджменту. Маємо на меті з'ясувати причини запозичень, простежити фонетичні, морфологічні та семантичні зміни, яких зазнають англо-американські запозичення в процесі освоєння їх українською мовою. Відсутність ґрунтовних наукових досліджень, присвячених вивченню національних та інтернаціональних компонентів в українській термінології менеджменту, визначає актуальність дослідження.

Можна виділити такі причини запозичення термінів-англіцизмів:

1) потреба розмежування понять наукової галузі менеджменту або їхньої спеціалізації. За спостереженнями Л. Туровської, для останніх років розвитку мови характерна тенденція до диференціації в напрямі «рід < види», «відбиваючи прагнення до певної ієрархії всередині змістового поля, з одного боку, і необхідність дати окреме найменування кожному виду того чи іншого роду і тим самим встановити логічні родо-видові відношення, з іншого» [10, с. 62]. Зокрема, на позначення поняття «договірне тимчасове платне володіння і користування землею, підприємством, основними виробничими фондами, іншим майном на договірних засадах» в українській мові здавна існує термін *оренда*, запозичений з латинської мови (*arrendo* — здаю в найми, наймаю). Із розвитком економічних відносин виникла потреба в конкретизації названого поняття, що спонукало до залучення нових терміноодиниць: *лізинг* — «довготермінова оренда основних засобів виробництва, за якої право власності зберігається орендодавцем на той товар, що виробляє орендар»; *рентинг* — «короткотермінова (до одного року) оренда машин і обладнання без права їх наступного привласнення орендарем»; *хайринг* — «середньотермінова оренда машин і обладнання без передачі права власності на товар орендареві». Зазначені англійські терміни конкретизують різновиди оренди: а) за терміном, на який укладається угода; б) за наявністю/відсутністю права передачі орендованої власності орендареві;

2) потреба в найменуванні нових понять, явищ, зафіксованих у зарубіжній науковій літературі з менеджменту, але таких, які не мають відповідників в українській науковій мові, наприклад: *інсайдер* — «директор, старший службовець корпорації, а також той, хто має доступ до внутрішньофірмової інформації та володіє понад 10% акцій фірми»;

3) тенденція «мовної економії» (О. Єсперсен), яка знаходить своє відображення в заміні громіздкої описової конструкції однослівним запозиченим терміном, напр.: «тимчасове переведення співробітника в інший відділ організації або в іншу організацію» — *секондмент*, «відхід від пасивного управління і безконтрольного надання коштів до активної участі в управлінні» — *хендз он*. Ця тенденція «відповідає спробам сучасного суспільства збільшити інформативність тексту на тлі його скорочення, а також прагматичним намаганням — економія площі друкованої продукції та часу усних повідомлень» [10, с. 61].

Прикметною ознакою англо-американських запозичень є вживання віддієслівних іменників на **-інг**: *бенчмаркінг, контролінг, маркетинг, кліринг, вестинг, аутсорсинг, коучинг* тощо. За спостереженнями Е. Огар та М. Процик, форми на **-інг** не заховали своєї чужомовної прикмети і не змінилися під впливом мови-реципієнта, тому, перш ніж вводити їх у мовленнєвий обіг, треба провести ретельну інвентаризацію наявного термінологічного матеріалу і спробувати знайти питомий відповідник для номінації поняття [8, с. 240]. Пристаючи до думки В. Белоусової, зазначимо, що терміни менеджменту на **-інг** «добре семантично асимільовані, легко залучаються до дериваційних рядів ...» [2, с. 117]. Тому, на нашу думку, такі лексеми мають право на широке використання в досліджуваній термінології.

Погоджуючись із М. Зеленцовою, зазначимо, що англomовні терміни та кальки з менеджменту входять до української мови не окремими лексемами, а цілими групами та тематичними блоками. Це пов'язано з тим, «що, по-перше, усталена англomовна терміносистема менеджменту пропонує узуальні позначення, яким не завжди можна знайти зручний однослівний еквівалент, а, по-друге, з впливом іншомовної концептосфери менеджменту на відповідні концептосфери української мови, за якого разом із відповідними концептами запозичуються і їхні прямі або кальковані позначення. Цим зумовлено таку особливість сучасного процесу термінологічного запозичення, як запозичення термінів разом із запозиченням нових понять, явищ та реалій» [6, с. 38–39].

Асиміляція англійських слів на українському ґрунті є об'єктивним та закономірним процесом фонетичного, морфологічного, лексико-семантичного перетворення за внутрішніми законами розвитку української мови.

Освоєння іншомовних термінів українською мовою відбувається в різних підсистемах. За спостереженнями А. Білецького, «адаптація означає асиміляцію іншомовного лексичного матеріалу в широкому розумінні на фонологічному й семантичному рівнях, а в більш вузькому розумінні — на власне граматичному рівні. Питання про адаптацію лексичного елемента виникає тоді, коли цей елемент функціонує в даній мові за поєднання з іншими елементами як синтагматичними (текстовими), так і парадигматичними (системними або систематичними) зв'язками» [3, с. 17]. Отже, у процесі освоєння нові терміни зазнають фонетичних, морфологічних, семантичних змін.

Унаслідок фонетичного освоєння в іншомовних термінах відбуваються звукові трансформації, характерні для окремих звуків і звукосполук. На думку Л. Гумецької, «серед способів адаптації лексичних запозичень найбільш

поширеним є фонетична субституція, тобто заміна не властивих українській мові звуків у даному фонетичному контексті іншими, прийнятними для фонетики української мови» [5, с. 72]. Для процесу фонетичної субституції характерні такі явища:

- звукова дивергенція — передавання одного звука запозиченого слова різними українськими звуками, наприклад: передавання англійської голосної фонemi /i/ українськими відповідниками /і/, /и/ та /ай/ (*клінч/clinch*; *фасади́зм/fasadizm*; *адва́йзер/adviser*); англійська фонема [h] замінюється українськими фонемами [х] або [г], а іноді й [г]: *Го́торн* — *Хо́нторн/Ха́wthorne*, *холдинг* — *го́лдинг* — *го́лдинг/holding*, *хайринг* — *га́йринг/hiring*;

- проста субституція — передавання одного звука мови-джерела певним звуком мови-реципієнта, наприклад, специфічний англійський звук ɪ передається сполученням [нг]: *вестинг*, *тренінг*, *коучинг*, *моніторинг*, *холдинг*, *бенчмаркінг*.

З процесом фонетичної асиміляції запозичених термінів тісно пов'язаний процес їхньої графічної адаптації, яка полягає в написанні слова кирилицею відповідно до правил української орфографії. Так, запозичені з англійської мови лексеми на **-ing** в українській мові передають через **-інг** або **-инг** відповідно до правила «дев'ятки»: *інжині́ринг*, *лі́зинг*, *холдин́г*, *коучи́нг*, *бади́нг*, *марке́тинг*, *клі́ринг*, *веси́нг*, *хай́ринг*, *ренти́нг*, *аутсорси́нг*, *бенчма́ркінг*, *контро́лінг*.

За графічного передавання використовують трансфонацію (відтворюють звукову форму іншомовного слова): *рей́тинг* (rating), *секо́ндмен́т* (secondment), *тре́нінг-мене́джер* (training manager), *термі́натор-мене́джер* (terminate manager), *тай́м-мене́джмент* (time management), *турбо́-мене́джмент* (turbo management); або транслітерацію (відтворюють графічну форму слова): *клі́нч* (clinch), *контро́лінг* (controlling), *моні́торинг* (monitoring), *фаса́дизм* (fasadizm), *тренд* (trend), *спонсо́р* (sponsor). Можливі змішані випадки: у низці запозичень з англійської мови використовують трансфонацію, проте регулярно відтворюють звук г, який у мові-джерелі не вимовляється: *інса́йдер* (insider), *аутса́йдер* (outsider), *мене́джер* (manager).

Морфологічне освоєння нових запозичень передбачає їхнє входження до певного лексико-граматичного класу слів (частин мови) мови-реципієнта й набуття у зв'язку з цим відповідних морфологічних і синтаксичних ознак. Усі іншомовні терміни англійського походження українська мова засвоює без артиклів, які в цій мові є морфологічним засобом формального вираження граматичної категорії означеності/неозначеності іменника пор.: *the manager* (англ.) — *мене́джер*.

Більшість термінів зазнають морфологічних змін, завдяки яким можуть функціонувати в українській мові — мові флексійній, на відміну від англійської. Зокрема, терміни *офі́с*, *мене́джмент*, *моні́торинг* тощо змінюються за відмінками, набуваючи форми чоловічого роду. При оформленні граматичного роду запозичення, на думку В. Аристової, враховують два головні чинники: зміст (семантика) запозичення та його усна чи писемна форма. Вплив семантики може виявлятися по-різному: у встановленні роду іменників-істот відповідно до статі; інших — згідно з граматичним родом найменування родового поняття, за

аналогією до питомих синонімічних понять [1, с. 49]. Наприклад, зазвичай в українській мові назви осіб за професією та видом діяльності мають чоловічий рід: *менеджер, адміністратор, коуч, адвайзер, супервайзер, аджастер*.

До граматичних способів адаптації вчені відносять повне граматичне переосмислення та лексикалізацію. Лексикалізація — перетворення в одне слово групи слів з іншої мови або злиття елементів складного слова, які пишуть через дефіс. Зокрема, з термінологічних словосполучень *terminate manager, one-man management, work management* утворено терміни *термінатор-менеджер, єдиноначальність, заводоуправління*.

Найдискусійнішою в українському мовознавстві залишається проблема словотвірного освоєння нових запозичень. «У словотвірних гніздах неозапозичень під впливом глобалізаційних тенденцій з'явилися нові складні одиниці, утворені з двох іменників, перший із яких виражає атрибутивне значення, що є наслідком перенесення на ґрунт української мови англійського словотвірного типу» [4, с. 6]. Наприклад: *бізнес-план, бізнес-планування, бізнес-контакти, бренд-менеджмент, тайм-менеджмент, прес-менеджер, піар-менеджер, офіс-менеджер, ризик-менеджер, бренд-менеджер*. Пристаючи до думки К. Городенської, подібні запозичення «потребують виваженого професійного аналізу і з погляду відповідності словотвірним та граматичним нормам, і з погляду потрібності їх українській мові» [4, с. 7].

Співіснування графічних варіантів *піар-менеджер/PR-менеджер, X-неефективність/ікс-неефективність, HR-менеджер/ейчар-менеджер*, на думку вчених, «свідчить про перебування неозапозичень під час їхньої фіксації на різних ступенях адаптації та усталеності до системи української мови і є, переважно, явищем тимчасовим, що має тенденцію до надання переваги адаптованим простим лексемам (піар-менеджер)» [7, с. 235].

На сьогодні залишається невирішеною проблема правопису новітніх англійських запозичень, зокрема проблема словотвірної адаптації запозичених складних іменників *прес-менеджер, фанд-менеджер, ко-менеджер, лідл-менеджер, мідл-менеджер, контент-менеджер, продакт-менеджер, івент-менеджер*. Найчастіше їх пишуть через дефіс, хоч вони не є в українській мові юкстапозитами, тобто складними іменниками, утвореними з двох самостійних іменників без сполучного голосного. Водночас зафіксовано написання термінів окремо: *мідл менеджер, івент менеджер, реліз менеджер*. Обидва варіанти написання термінів порушують чинні правила правопису складних слів разом і через дефіс. Такі лексеми потрібно писати разом: *пресменеджер, фандменеджер, коменеджер, лідлменеджер, мідлменеджер, івентменеджер, релізменеджер, продактменеджер, контентменеджер, ейчарменеджер*.

Виникають проблеми з правописним оформленням запозичених слів, утворених додаванням іншомовного компонента *мон-*, який вказує на інтенсивний чи крайній вияв ознаки, високий рівень професійності. Він є функційним аналогом таких уже словотвірно освоєних префіксів, як *супер-, гіпер-, екстра-, архі-* тощо [4, с. 7]. Усупереч сформованій в українському словотворі традиції писати префікси інтенсивності разом такі новотвори пишуть

через дефіс: *топ-менеджер* замість *топменеджер*, вживання якого і пропонуємо усталити в українській термінології менеджменту. Варто зазначити, що сучасні словники української мови фіксують написання слів з іншомовним компонентом *топ-* через дефіс.

Отже, запозичення англіцизмів до української терміносистеми менеджменту — закономірне об'єктивне явище, яке не має істотних обмежень чи заборон, важливий засіб поповнення української наукової термінології. Основними причинами запозичень є пріоритет американських учених у наукових дослідженнях з менеджменту, потреба розмежування понять означеної наукової галузі, тенденція до інтернаціоналізації української термінології, тенденція мовної економії. У процесі адаптації англословні запозичення пристосовуються до законів української мови.

Література

1. Аристова В.М. Англо-русские языковые контакты (англицизмы в русском языке) / В. М. Аристова. — Л.: Изд-во ЛГУ, 1978. — 151 с.
2. Белоусова В. Проблема кодифікації англо-американських запозичень на -ing (на матеріалі віддієслівних іменників) / Вікторія Белоусова // Українська термінологія і сучасність: зб. наук. праць. — К., 1998. — С. 116–119.
3. Білецький А.О. Адаптація давньогрецького ономастикону в східнослов'янських мовах / А. О. Білецький / Іноземна філологія. — Вип. 24. — Л., 1971. — С. 17–23.
4. Городенська К.Г. Нові запозичення і новотвори на тлі фонетичної та словотвірної підсистем української літературної мови / К. Г. Городенська // Українська термінологія і сучасність: зб. наук. праць. — К.: КНЕУ, 2009. — Вип. VIII. — С. 3–9.
5. Гумецька Л.Л. Способи адаптації запозиченої лексики в староукраїнській мові / Л. Л. Гумецька // Мовознавство. — 1976. — №4. — С. 71–74.
6. Зеленцова М.Г. Особенности отражения иноязычной терминологии в языках реципиентах (на материале терминологии менеджмента русского и украинского языков): дис... канд. филол. наук: 10.02.15 / М. Г. Зеленцова; Таврический нац. Ун-т им. В. И. Вернадского. — Симферополь, 2006. — 222 с.
7. Клименко Н.Ф. Динамічні процеси в сучасному лексиконі: монографія / Н. Ф. Клименко, Є. А. Карпіловська, Л. П. Кислюк. — К.: Видавн. дім Дмитра Бураго, 2008. — 336 с.
8. Огар Е. Комп'ютеризація видавничої галузі та розвиток сучасної видавничої термінології / Емілія Огар, Марія Процик // Вісник: Проблеми української термінології. — Львів: Вид-во Нац. Ун-ту «Львівська політехніка», 2002. — №453. — С. 237–241.
9. Пілецький В.І. Мовна самобутність терміна / В. І. Пілецький // Українська термінологія і сучасність: зб. наук. праць. — К., 2009. — Вип. VIII. — С. 49–54.
10. Туровська Л.В. Інноваційні процеси в українській науковій термінології / Л. В. Туровська // Українська мова. — 2005. — №2. — С. 56–63.