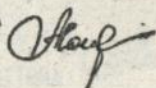


ХАРКІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

На правах рукопису

ПОКРОВСЬКА  
ОЛЬГА АНАТОЛІІВНА



УКРАЇНСЬКА ТЕРМІНОЛОГІЯ РІВНОВИХ ВІДНОСИН

Спеціальність 10.02.01 - українська мова

**А В Т О Р Е Ф Е Р А Т**

дисертації на здобуття наукового ступеня  
кандидата філологічних наук

Харків - 1996

ЛННБ України ім.В.Стефаника



00779022 (R)

ХАРКІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

На правах рукопису

ЛОКРОВСЬКА

ОЛЬГА АНАТОЛІІВНА

УКРАЇНСЬКА ТЕРМІНОЛОГІЯ РИНКОВИХ ВІДНОСИН

Спеціальність 10.02.01 - українська мова

**А В Т О Р Е Ф Е Р А Т**

дисертації на здобуття наукового ступеня  
кандидата фізіологічних наук

Харків - 1996

АВ 34.992

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана в Харківському державному університеті.

**Науковий керівник** : доктор філологічних наук, професор  
**Калашник В.С.**

**Офіційні опоненти**: - доктор філологічних наук, професор  
**Лисиченко Л.А.**

- кандидат філологічних наук  
**Свищенко Л.О.**

**Провідна установа**: - Дніпропетровський державний  
університет

Захист відбудеться "26" червня 1996 року о 12-00 годині  
на засіданні спеціалізованої вченої ради К 02.02.21 при  
Харківському державному університеті за адресою: 31077,  
м.Харків-77, майд. Свободи, 4, ауд. 2-37.

З дисертацією можна ознайомитися у Центральній науковій  
бібліотеці Харківського державного університету.

Автореферат розіслано "21" травня 1996 р.

Учений секретар  
спеціалізованої вченої ради  
дисерт

ЛНБ ім. В.Стефанишина  
АД України

Муромцев І.В.

AB - 34.992

Актуальність теми дослідження. Розвиток термінологічної лексики на позначення ринкових відносин, визначеної нами як предмет дисертаційного дослідження, активізувався тими соціально-економічними та політичними процесами, що відбуваються в державі. Актуальність наукового дослідження визначається насамперед динамікою національної термінології в умовах ринкової економіки. Крім того, актуальність роботи у практичному плані зумовлена необхідністю побудови стрункої терміносистеми ринков і сфери та закріплення її в термінологічних словниках, довідковій літературі, що сприятиме нормалізації та стандартизації термінологічних одиниць.

Предметом дослідження є українська термінологія ринкових відносин. Загальна вибірка складає понад 10 тисяч термінологічних одиниць ринкової сфери.

Джерельна база дисертації. Вибирання фактичного матеріалу здійснювалося з тлумачних і перекладних словників, що охоплюють такі сфери ринку: економіка, банківська та підприємницька діяльність, комерція, товарна біржа, зовнішньоекономічні зв'язки (список використаних джерел подається у додатку). Джерельною базою також стали фахові тексти, що містять терміни ринкових відносин (монографії, довідники, підручники, посібники тощо). У дисертації враховані дані економічних газет і журналів, - це зумовлено тим, що в періодиці широко вживаються окремі терміни, які ще не представлені у словниках. Для дослідження залучені матеріали "Лексикона словенороського" Памви Беринди, "Словника староукраїнської мови XIV-XV ст.", опрацьовано також актові книги, літописи, ділові папери XVI-XVIII ст. тощо. Особливо важливе значення для дослідження окресленої теми мають лексикографічні матеріали 1920-1930-х років. Крім україномовних джерел, були ви-

користанні лексикографічні праці, видані російською мовою в останні 2-3 роки.

Мета і завдання дослідження. Метою роботи є виявлення закономірностей формування та сучасного розвитку термінології ринкових відносин, визначення особливостей системної організації термінів ринку.

Завдання роботи:

- 1) виділити ринкові терміни з-поміж суміжних з ними номінацій спеціальної лексики;
- 2) розглянути діахронічний аспект формування ринкової термінології;
- 3) виявити і схарактеризувати головні шляхи та способи формування ринкової термінології на сучасному етапі;
- 4) встановити особливості понятійної та тематичної організації термінів ринку;
- 5) накреслити шляхи укладання "Чотиримовного тлумачного словника ринкових термінів".

Наукова новизна дослідження. Уперше в українському мовознавстві термінологія ринку став об'єктом лінгвістичного дослідження; терміни ринкових відносин всебічно вивчаються й систематизуються; визначаються чинники, які впливають на характер структурно-понятійної організації термінів ринку; у зв'язку з особливостями виявлення семантичних відношень між складовими одиницями системи подається тематична класифікація термінів ринку. Зроблено спробу з'ясувати шляхи та способи формування термінології ринкових відносин, що дає можливість цілісно уявити становлення терміносистеми як у діахронічному, так і в синхронічному аспектах. Наукова новизна роботи зумовлюється також тим, що вперше найбільш важливі завдання термінологічної лексикографії розв'язуються на ма-

теріалі термінології ринкових відносин (окреслення системи понять сфери ринкових відносин; відбирання термінологічних одиниць для словника; виявлення за розробленою методикою найбільш "правильного" терміна).

Теоретичне значення дисертації визначається результатами проведеної роботи, що можуть бути використані в подальших теоретичних дослідженнях у термінознавстві: доповнюється і поглиблюється лінгвістична характеристика таких понять, як термінологічна дефініція, номенклатура, професійна лексика. Визначаються також теоретичні положення щодо системної організації термінів ринку. Розроблені питання дають повніше уявлення не лише про процеси, що відбуваються в українській термінології ринкових відносин, але й пояснюють сутність терміна в цілому. Дослідження сфери ринкових відносин розкриває динаміку формування української термінології ринку, шляхи та способи її поповнення. У зв'язку з тим, що в українському мовознавстві не вивчалася термінологія ринкових відносин у повному обсязі, з урахуванням оновленого понятійного апарату, дані дослідження створюють передумови для розв'язання інших теоретичних питань, важливих для розбудови української термінології ринку.

Практичне значення роботи полягає у тому, що викладений у дисертації матеріал може бути використаний у термінографічній практиці. Результати дослідження можуть також допомогти в розробці навчальних спецкурсів, семінарських занять із проблем термінології, а також у навчанні фахівців з економіки, маркетологів, менеджерів, бухгалтерів.

Апробація роботи. Матеріали дослідження обговорювались на п'яти міжнародних науково-технічних конференціях у Львові, Києві, Чернівцях (1991-1994), на Республіканській науко-

во-методичній конференції у м.Хмельницькому (1991), на Всеукраїнській науковій конференції у м.Харкові (1991), на Всеукраїнській науково-практичній конференції у м. Дніпропетровську (1993), під час науково-практичного семінару у Міжнародному інформаційному центрі термінології (Інфотерм м.Відень, Австрія 1994) та на Міжнародній науково-практичній конференції відділу слов'янської філології Гданського університету (м.Гданськ, Польща 1995), на науково-теоретичних семінарах професорсько-викладацького складу Чернівецького державного університету (1991-1994), на підсумкових наукових конференціях професорсько-викладацького складу Харківської державної академії технологій та організації харчування. Результати дослідження були апробовані нами також у процесі читання курсу "Сучасної ділової української мови" студентам академії технологій та організації харчування. З теми дисертаційного дослідження опубліковано 12 робіт, у тому числі 4 статті.

На захист вносяться такі положення:

1. Спеціальна лексика ринкових відносин в українській мові складалася протягом кількох століть і продовжує активно розвиватися разом із змінами в суспільстві та оновленням наукового понятійного апарату.

2. Формування української терміносистеми ринкових відносин визначають такі чинники: а) національна основа найменування як передумова розбудови української термінології; б) семантична і словотворча деривації; в) синтаксичний спосіб творення термінів.

3. Термінологічна система ринку репрезентується системо-структурними відношеннями найменувань відповідних класів: вихідних, похідних термінів, термінів вузькофахової орієнтації, термінів сум'яжних галузей знань (серед них корелятив-

но-центричні та корелятивно-периферійні); тематичними групами із специфічними семантичними відношеннями між термінами. Визначені групи характеризуються тематичною багатоплановістю входжуваних найменувань, що зумовлює можливість паралельного включення терміна до кількох тематичних груп.

4. У період розбудови певних терміносистем украї необхідним є створення багатомовних тлумачних словників. Словники такого типу відіграють універсальну роль, на сучасному етапі становлення української термінології, зокрема сприятимуть процесу нормалізації та стандартизації термінів галузі, посядуть чільне місце в практиці переходу економіки на ринкові відносини.

#### СТРУКТУРА ТА ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

Мета і завдання дослідження визначили структуру роботи. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів і загальних висновків. У кінці роботи подаються бібліографія, список використаних джерел і додаток. У додатку представлено скорочений варіант "Чотиримовного тлумачного словника ринкових термінів".

У вступі мотивується вибір теми наукового дослідження, його актуальність, наукова новизна, визначається мета і конкретні завдання роботи. Обґрунтовується теоретична і практична цінність, формулюються основні положення, що виносяться на захист.

У першому розділі - "Термін як складовий елемент спеціальної лексики української мови" - міститься характеристика головних понять термінознавства: термін, термінологічна дефініція, номенклатура, професійна лексика.

З-поміж існуючих визначень терміна найбільш слушним видається формулювання, запропоноване В.П.Даниленко: "Під терміном ми розуміємо слово (або словосполучення) спеціальної сфери вживання, що є назвою спеціального поняття й вимагає дефініції" (Даниленко В.П. Русская терминология: Опыт лингвистического описания. - М.: Наука, 1977. - С.14).

Релевантними ознаками терміна визначаємо такі: 1) поняттєва основа (як складовий компонент системи наукових понять); 2) наявність термінологічної дефініції; 3) наявність визначеного місця в ринковій терміносистемі; включення у систему зв'язків та відношень у даній терміносистемі. Названі ознаки дають можливість оцінити наявні лексичні одиниці в сфері ринкових відносин і відібрати ті, що задовольняють вимоги до терміна вимоги. Такими є, наприклад, терміни досліджуваної сфери: "ануїтет", "вартість", "гроші", "дохід", "інфляція", "кредит", "продукція", "розрахунки", "сертифікат", "торги", "ціка", "чек".

У терміновизначенні одним із актуальних питань є виділення терміна з-поміж суміжних категорій спеціальної лексики, зокрема, номенклатури і професійної лексики. У дослідженні ми виходимо з того, що зіставлення категорій терміна і номенклатури можливе і доцільне лише тоді, коли номен розглядається як носій наукових знань і входить до складу спеціальної лексики. Номенклатурні одиниці, кваліфіковані нами як комерційні номени (у сфері споживчого ринку такими є, напр.: "автомобіль "Запорожець", "пряники "Медові", "тістечко "Колік", "меблі "Затишок", "сервіс "Подарунковий"), не завжди визначають специфіку досліджуваної галузі, оскільки вони можуть функціонувати поза її межами.

У роботі подана класифікація номенклатурних одиниць, що

враховує особливості виникнення найменувань: 1) за місцем технологічного винаходу, розміщення заводу-виробника; 2) за наявністю одного з компонентів, що входить до складу виробу; 3) за подібністю виробів до певних явищ (метафоризація); 4) за використанням властивостей і функцій предмета, спрямованих на кінцеву мету (метонімізація); 5) за призначенням виробу.

Номенклатура і термін покликані обслуговувати принципово різні сфери людської діяльності і мають суттєві відмінності в структурі значення та функціонуванні. Найменування означеної мовної категорії формуються стихійно, вмотивованість комерційного номена простежується не завжди, тому в роботі номен не розглядаються.

Аналіз терміна і професійної лексики української мови зумовлений природою досліджуваного об'єкта: українська термінологія ринкових відносин знаходиться у процесі формування, не завжди чітко можна провести межу між складником професійної лексики і власне терміном. Наявні чинники визначають необхідність вироблення такої класифікації досліджуваних одиниць, яка повною мірою відбивала б специфіку розбудови ринкової терміносистеми сучасної української мови. Тому в спеціальній лексиці на позначення ринкових відносин ми виділяємо термінологізовані жаргонізми - стилістично забарвлені номінації, що функціонують у вигляді професійних висловів, але ви., мають наукове поняття, мають чітко окреслену дефініцію ("бички", "бичачий спред", "ведмеді", "ведмежий ринок" і т.ін.); професійні жаргонізми - конотативно марковані вислови, що не виражають наукового поняття і не мають дефініції, але задовольняють потреби професійного спілкування ("золоті парашути", "отруйні пілюлі" тощо), професійну лексику - сло-

ва, вирази, звороти мови, що властиві спілкуванню людей, пов'язаних із ринковими відносинами (напр.: "знаю", "зачине-на скринька", "без місця"). У роботі розглядаються одиниці спеціальної лексики, кваліфіковані нами як терміни та термінологізовані жаргонізми.

Дослідженню шляхів та способів формування термінології ринкових відносин присвячено другий розділ. Діахронічний аспект аналізу формування ринкової термінології дозволяє визначити часові межі різних історичних етапів, які позначалися формуванням ринкової лексики відповідно до зміни соціального, економічного, політичного життя українського народу.

Виникнення перших українських понять на позначення ринкових відносин сягає корінням часів Київської Русі.

Серед загальноживаних слів, що активно входять до факсового словника епохи середньовіччя, широко відомі в практичній діяльності людини найменування, які зберігають побутову виразність: "кишковарка" (торговка, що продає на базарі харчі); "купилиця" (місце торгівлі), "куштовати" (вести торгівлю, бути купцем); "перекупка" (торговка); "перепродаха" (дрібна торговка, яка продає на торгу істивне); "прасоль", "соленик" (торговець сіллю); "шелетинниця" (дрібна торговка істивним) (див.: Лексикон словеноросійкий Памви Беринди; Словник староукраїнської мови: XIV-XV ст.: У 2-х том.х; Актова книга Житомирського міського уряду кінця XVI ст. (1582-1588 р.р.); Торговля на Україні XIV - сер. XVII століття. Волинь: Наддніпрянина).

Починаючи з XVIII ст., спостерігається активізація входування до складу української спеціальної лексики іншомовних запозичень, що пояснюється як сферою вживання, так і історичними причинами. Не можна обійти той факт, що несприят-

диві політичні обставини в Україні ставали перешкодою до вільного розвитку національної спеціальної лексики.

Проблема визначення мовної бази наукової термінології постала перед українськими вченими у 20-30-і роки ХХ століття. Формування термінології у цей період йшло двома шляхами: вона утворюється стихійно „ народних колах як засіб зрозумілого сприймання нових понять, що виникають із розвитком економіки, торгівлі; одночасно її формують кваліфіковані фахівці, збираючи морні матеріали і застосовуючи їх до відповідної галузі науки.

У роботі відзначається важливість використання термінографічної спадщини 1920-1930-х років, що є однією з передумов створення національної термінології. Однак використовувати матеріали треба критично, враховуючи особливості кожного конкретного поняття, наявність або відсутність усталеного відповідного терміна. Виникає важливе питання: наскільки боротьба та творчий доробок лексикографів 20-30-х років може вплинути на сьогоденні процеси термінотворення? З одного боку, демократичні зрушення в Україні, підвищення національної самосвідомості стали характерною ознакою 90-х років ХХ століття, з другого, - тотальна русифікованість нашої термінології викликає бажання замінити чимало одиниць на національні, спираючись на досвід лексикографічної роботи 1920-1930-х років. Це зумовлює необхідність дбайливої роботи, гнучкості, фахової досконалості. Щоб не перенести на сторінки сучасних термінологічних словників недосконалі терміни, наприклад: "брак" (рос.) - "вибірки"; "капитальная сумма" - "стовп"; "наличный" - "що є навч"; "сделка" - "здада, акт, поєднання, уклад" (за працею Кривченка, Ігнатювич "Словник економічної термінології", 1931), потрібно враху-



ціональні суфікси мають властивість поєднуватися як з національними основами, так і з іншомовними. Суфігальний спосіб словотворення становить собою найбільш розгалужену й активну частину словотвірної системи української термінології ринкових відносин, яка визначає її структурну однорідність. У дериваційних групах, утворених від мотивуючих основ, спостерігається тенденція активного терміновтворення: "план - плановість - плановик - планування - плановий - планувати", "абутовість - абування - абутовий - абувати", "фракт - фрактовик - фрактування - фрактовий - фрактувати" тощо. Отже, поповнення термінологічного складу ринкової сфери відбувається завдяки використанню різних типів суфігального словотворення.

Творення нових номінацій сфери ринку характеризується як однобічним (за допомогою тільки префікса), так і двобічним (за допомогою префікса і суфікса) ускладненням основи. При утворенні термінів ринкової сфери використовують як власне українські префікси: без-, над-, понад-, під-, проти-, пів-, напів-, так і префікси іншомовного походження гіпер-, екстра-, суб-, анти-, де- тощо (порівняймо: **безпатентний**, **надприбуток**, **півімперіал**, **протинфляційний** - **гіперінфляція**, **екстраполяція**, **суборенда**, **антидемпінговий**, **делімітація**).

Продуктивність морфологічного способу закладає основи структурної систематизації, адже на позначення однотипних понять використовуються однотипні словотвірні способи.

Нерідко ринкові терміни утворюються способом скорочення слів (іншомовних і українських). Це переважно абрєвіатури ініціального типу. Окремі номінації, утворені за ініціальним принципом, нагадують звичайні слова-акроніми, напр.: "FAS франко-борт судна (FAS-free-alongside ship)"; "ФІФ

(first-in-first-out)".

У досліджуваному масиві термінів-абревіатур є такі, що вживаються із своїм синонімічним словосполученням. Тут можна виділити два типи паралельного вживання повної та скороченої назви: 1. Транслітеровані абревіатури - синоніми до повних словосполучень (напр.: "FOR франко-вагон (FOR-free on tail)"; "спеціальні права заловичування - СДР (Special drawing rights - SDR)". 2. Суто національні абревіатури - синоніми до повних словосполучень (напр.: "валовий національний продукт (ВНП) - валовий вітчизняний продукт (ВВП) - валовий внутрішній продукт (ВВП)".

Українська термінологія ринкової сфери відзначається досить високою продуктивністю творення термінів синтаксичним способом.

Терміни-словосполучення, що виражають цілісні поняття досліджуваної сфери, мають різний ступінь смислової розкладності. З погляду семантики можна виділити два їх різновиди. До першого належать номінації з частковою або слабкою мотивацією (коли частина внутрішньої форми знаходить своє відображення в дефініції терміна або внутрішня форма повністю не вкладається в дефініцію терміна). Такі номінації ґрунтуються на переносно-образному вживанні одного з його членів чи всього словосполучення. Цей різновид становлять як власне терміни, так і термінологізовані жаргонізми (напр.: "зняття вершків", "номиці цін", "гарячі гроші"). Другий різновид складають номінації, мотивація яких зрозуміла (у них повна відповідність між внутрішньою формою і дефініцією терміна). Цей різновид термінів характеризується розкладністю його компонентів (напр.: "закупівля дрібногуртова", "асортимент продукції", "обсяг партії товару"). Вільш поширеним є другий

тип дериватів, у якому сталі моделі систематизають термінологічні найменування.

За походженням лексем двокомпонентні словосполучення можна поділити на три групи, - кожна з яких утворює певну модель: 1) національне + національне слово ("якість товарів", "покриття попереднє", "дохід закріплений"); 2) національне + іншомовне слово ("тривалість кредиту", "платіж паушальний"); 3) іншомовне + іншомовне слово ("паблік рилейшна", "біл-брокер", "ноу-хау").

Найбільш продуктивним способом поповнення термінології ринкових відносин є термінологізація загальноновживаної лексики. Термінологізація загальноновживаної лексики може здійснюватися двома способами. Перший спосіб полягає у спеціальній ідеалізації загальноновживаного поняття, коли останнє немовби "відсікається" і провідним стає значення наукового поняття. Другий спосіб - це не що інше, як розвиток термінологічного значення шляхом вторинної номінації (метафори і метонімії).

Термінологізована лексика неоднорідна за своєю семантикою. Лексичні одиниці, що піддалися термінологічній спеціалізації, умовно можна поділити на такі групи: 1) номінації, в яких спеціалізоване значення стає більш яскраво вираженим, а загальноновживане відсувається на другий план (загальноновживане тлумачення слова "виставка" - публічний показ спеціально підібраних предметів і місце цього показу та дефініція терміна "виставка" - показ товарів, намічених до виробництва, або вже освоєних з метою ознайомлення з ними потенційних споживачів, а також для реклами і пропаганди досягнень); 2) номінації, семантика яких і в загальноновживаному визначенні містить певну спеціалізацію (напр.: "гроші", "товар", "ринок", "ціна").

Лексико-семантичний спосіб найменування має принципове значення для творення сучасної української ринкової термінології. Нами виявлено чимало термінів, що виникли в результаті семантичних переосмислень загальноновживаної лексики. Метафоричний перенос у формуванні термінологічних значень має місце в таких номінаціях, як: "вихід", "депресія", "дно", "кудіса", "пожвавлення", "ринг", "яма" тощо. Шлях метонімічного перенесення з відчутною термінологічною спеціалізацією простежується в номінаціях на зразок: "викрикування", "внесок", "голос", "оцінка" тощо.

Продуктивним є творення багатокomпонентних термінів, один (або більше) із складників яких виступає у переносному значенні. Ринкові термінологічні сполуки із переосмисленими компонентами переважно будуються за синтаксичними моделями: "іменник + іменник" ("дерево цілей", "джерело фінансування", "портфель замовлень"), "іменник + прикметник + іменник" ("втеча від грошей"), "іменник + прикметник" ("ціна тверда", "попит еластичний", "вексель бронзовий").

Компоненти багатослівних термінів не позбавлені окремих конотативних семантичних елементів, що, однак, не перешкоджає цілісному сприйняттю словосполучення як терміна. Є всі підстави стверджувати, що суттєва ознака лексичного значення загальнономовного слова стає мотивуючою основою наукового поняття терміна. Метафоричне переосмислення, яке ми визначаємо найбільш продуктивним, здійснюється, головним чином, на основі функціональної подібності. У подальшій розбудові ринкової термінології шлях переосмислення загальнономовної лексики буде займати чільне місце як важливий спосіб формування термінології.

У третьому розділі - "Українська ринкова термінологія як

терміносистема" - за визначеними в роботі критеріями характеризуються склад і структура терміносистеми ринку, подаються тематичні групи.

Природно систематизовані наукові знання знаходять своє відображення в системі понять.

Ринкову терміносистему складають переважно лексичні одиниці із сигніфікативним значенням. Досліджувана ринкова термінологія об'єктивується в лексичних одиницях, які позначають поняття сфери ринкових відносин і відображають суттєві ознаки цих понять та в сукупності становлять систему, що відповідає системі взаємопов'язаних понять цієї галузі. Зважаючи на те, що терміни сфери ринкових відносин є мобільними, весь час знаходяться в розвитку, ми подаємо принципове членування мовного матеріалу. За структурними особливостями та системними відношеннями термінологічні найменування об'єднано в класи вихідних (базових) термінів (напр.: "акцепт", "банкрутство", "виторг", "гарантія", "прибуток", "розрацінки", "сертифікат", "ціна"); похідних (базових) термінів (напр.: "активи грошові", "прибуток торговельний", "капітал акціонерний", "розрахунки багатосторонні"); термінів вузькофахової орієнтації (напр.: "андинування", "люпсум", "кулаж"); клас термінів суміжних галузей знань, серед них корелятивно-центричні (напр.: "блокування рахунків", "план реалізації", "поліпшення якості товарів") та корелятивно-периферійні (напр.: "доцільність виробництва", "етика поведінки на ринку", "управління торговельним процесом"). Виділені класи є відносно самостійними й одночасно відкритими для переходу термінів із одного класу в інший.

У терміносистемі ринку ми виділяємо тематичні групи: "капітал", "праця", "товар", "людина", "цінні папери та до-

кументи", "обставини непереборної сили". Між номінаціями, що входять до складу кожної тематичної групи (а також підгрупи), існують специфічні семантичні відношення. Наприклад, номінації "незаст. ахований вантаж", "СІФ" (вартість вантажу, страхування, фрахт) можуть бути включені як до тематичної підгрупи "страхування", так і до тематичної підгрупи "транспортні операції". Частина номінацій репрезентує багатопланові міжатематичні зв'язки, що створює можливість уходження терміна до кількох тематичних груп. При тематичному аналізі мовного матеріалу бралися до уваги екстралінгвістичні фактори, було актуалізовано й такий інтралінгвістичний чинник, як семантична взаємодія компонентів описуваних груп, відповідно до характеру відношень, зумовлених специфікою ринку ("людина" - "праця" - "товар").

У третьому розділі робиться спроба узагальнити досвід проведеної нами роботи над укладанням "Чотиримовного тлумачного словника ринкових термінів" і подати практичні рекомендації щодо найважливіших принципів та етапів цієї роботи. Відповідно до цього теоретично обґрунтовуються критерії відбору термінологічних одиниць для словника. Акцентується увага на тому, що переобтяження словника непотрібною інформацією збільшує обсяг, а не якість роботи, ускладнює пошук необхідної інформації. Одиниці повинні добиратися згідно з якісними параметрами номінацій, що підлягають лексикографічному описові: однозначність, мотивованість, системність.

На широкому практичному матеріалі розкриваються можливі шляхи виявлення найбільш "правильного" терміна серед варіантів і паралелей шляхом виставлення: рідне слово - рідне слово, рідне слово - валовичене, рідне слово - інтернаціоналізм). Ілюстрацією цього можуть становити приклади.

В парі терміносполук "задоволення попиту - задоволений попит" ( процес, що включає не тільки нормальне функціонування існуючого товару, але і його безпеку, допустимість різних варіантів і післяпродажне обслуговування), пропонуємо варіант терміна до фіксації "задоволення попиту", враховуючи характер граматичного вираження поняття, параметри вмотивованості термінів, а саме "процес", на який вказує дефініція.

У парі терміносполук "домінуюче становище на ринку - панівне становище на ринку" екстенціонал та інтенціонал номінацій "домінуючий" і "панівний" у межах відповідних синонімічних словосполучень збігаються. Вважаємо, що у таких випадках доцільно вживати рідне слово, оскільки воно має більш прозору та звичну внутрішню форму. Пропонуємо остаточний варіант з пари термінів "панівне становище на ринку" (ситуація, в якій підприємство, діючи самостійно або спільно з кількома підприємствами, може контролювати ринок певного товару чи послуг, групи товарів і послуг).

Спостереження над матеріалом дослідження показує, що саме понятійна основа, параметри інтенціоналу, умотивованість та граматичні ознаки компонентів термінів є надійною базою для зіставлення і виявлення кращого з порівнюваних термінів.

У роботі відзначається, що проблема формулювання визначень, які передають зміст понять (дефінування), є однією з найважливіших для укладання термінологічного тлумачного словника. Формулювання визначень, що передають зміст понять у тлумачних словниках, повинні розроблятися на кожний термін окремо з урахуванням ступеня узагальнення термінологічної одиниці (родове чи видове поняття терміна вимагає спеціальної дефініції).

Якщо в українській термінології немає відповідного тер-

міна, запозичається інтернаціоналізм або конструюється національний термін на основі більш умотивованого іншомовного відповідника. Наприклад, запозичений з англійської мови термін, "директ мейл": англ. direct mail; нім. werbung der Post; фр. direct mail; пол. reklama wysylkowa pocztowa; рос. директ мейл - реклама товарів і послуг шляхом розсилання конкретним адресатам. Буквальне значення німецького терміна найбільш точно передає ознаки дефініції, таким чином, умотивованість німецького терміна підказала нам кращий варіант українського терміна, який може мати такий вигляд: "рекламування поштою".

Принцип системного підходу, покладений в основу формування багатомовного словника, дозволив виявити частини терміносистем різних мов, понятійні складники яких, перетинаючись між собою, тотожні в точки зору лінгвістичного вираження змісту термінів. Виявленні такої особливості сприяє як правильному перекладу термінів, так і відбору їх для словника. Такий підхід набуває особливої ваги, коли йде етап становлення нової галузі науки, в якій сформовані ще не всі терміни.

Робота закінчується висновками, у яких узагальнюються основні результати проведеного аналізу, подаються виявлені особливості досліджуваної терміносистеми, визначаються можливі шляхи подальшого розвитку термінології сфери ринкових відносин. Наслідком дослідження став "Чотиримовний тлумаччий словник ринкових термінів" на три тисячі одиниць, фрагмент якого подається у додатку до дисертації.

Основні положення дисертації відображено у таких публікаціях:

1. Про деякі особливості професійного терміновживання

(на матеріалі галузі громадського харчування)//Економика и технология продовольственных товаров: Сб. научных трудов. - Харьков, 1991.-С.166-168.

2. Абревіатури як одиниці ринкової терміносфери//Вестник Харьковского политехнического университета N 19: Сб. научных трудов. - Ч.1. - Харьков, 1994.-С.232-236.

3. Поняття про терміни та номенклатуру споживчого ринку//Проблемы общественного питания на пути к рынку: Сб. науч. трудов. - Харьков, 1993.-С.294-297.

4. Терміни галузі торгівлі у співвіднесенні з національним та інтернаціональним//Прогрессивные технологии и формирование рыночных отношений в общественном питании: Сб. науч. трудов. - Харьков, 1992.-С.207-210.

5. Варіативні словосполучення термінологічного характеру та особливості їх творення//Питання стандартизації, інтернаціоналізації та автоматизації перекладу термінологічних одиниць: Матеріали міжнар. наук. конференції (8-11 жовтня 1991 року).-Чернівці, 1991.-С.123-124.

6. Про деякі особливості професійного терміновживання (на матеріалі галузі громадського харчування)//Теорія та прагматика термінологічної лексики: Тези доп. республіканської науково-методичної конференції (Хмельницький, 28-30 травня 1991 року). - К., 1991.-С.76-78.

7. Дієслово у складі професійної та термінологічної лексики//А.А.Потебня - исследователь славянских взаимосвязей: Тезисы Всесоюзной научной конференции (октябрь 1991 г.). - Ч.1. - Харьков, 1991. - С.112-114.

8. Діахронічні аспекти вивчення української торговельної термінології//Проблеми української науково-технічної термінології: Тези доп. I Міжнар. наук. конференції. - Львів,

1991.-С.161-162.

9. Про співвіднесення інтернаціонального та національного в торговельній лексичі//Проблеми язнков для спеціальних целей, научной и профессиональной коммуникации: Тезиси докл. междунар. науч. конф. Киев, 5-6 мая 1992 г.- Киев, 1992.-С.130-131.

10. Українська наукова термінологія як база для підготовки національних кадрів//Українознавство і гуманізація освіти: Тези доп. Всеукраїнської науково-практичної конф. - Ч.3. - Дніпропетровськ, 1993.-С.85-86.

11. Методичні засади формування тлумачного словника ринкової термінології//Проблеми української науково-технічної термінології: Тези доп. II Міжнар. наук. конф. - Львів, 1993.-С.246-248.

12. Деякі прагматичні аспекти відбору термінів-інтернаціоналізмів (на матеріалі ринкової термінології)//Проблеми української науково-технічної термінології: Тези доп. III Міжнар. наук. конф. - Львів, 1994.-С.135-136.

## А Н Н О Т А Ц И Я

Покровская О.А. Украинская терминология рыночных отношений. Диссертация является рукописью. Диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.01 - украинский язык, Харьковский государственный университет, Харьков, 1996.

В диссертации исследуются процессы формирования украинской терминологии рыночных отношений. Определяется ее струк-

турно-понятийная организация, особенности семантических отношений между отдельными номинациями. Прослеживается происхождение и становление базовых терминов. Установлено, что в современном украинском литературном языке специальной лексике, обозначающей рыночные отношения, свойственны качества, отражающие динамику процессов перехода от общеупотребительного слова к термину, а также некоторые особенности терминологии профессиональной лексики и профессионального жаргона. В работе решаются наиболее важные вопросы лексикографической репрезентации рыночной терминологии современного украинского литературного языка.

#### ABSTRACT

Pokrovs'ka O.A. Ukrainian terminology of market relations. The dissertation is a manuscript. The dissertation for application of the scientific degree "candidate of philological sciences" under the speciality 10.02.01 - Ukrainian Language, Kharkiv State University, Kharkiv, 1996.

The dissertation investigates the processes of developing of Ukrainian terminology of market relations. It defines its structural and conceptual organization, peculiarities of semantic relations between different nominations. The author traces back the origin and formation of basic terms. It is ascertained that there are qualities peculiar to special vocabulary denoting market relations that reflect the dynamics of processes of transition from common usage of a word to a term, and also some

peculiarities of terminology forming in professional lexics and professional jargon. The work settles the most important questions of lexicographical representation of contemporary Ukrainian literary language.

Ключові слова: термін, номенклатура, професіоналізм, дефініція, система, тематична група.

---

Підписано до друку                      Друк офсетний Папір друкарський  
№ 1. Обсяг 1,5 др. а. формат 60x84 1/16. Зам. № 87. Тираж 80 прим.  
Безкоштовно

---

Харківська державна академія технологій та організації харчування. 310051, м. Харків-51, вул. Клочківська, 333.  
Ротапринт ХДАТОХ. Харків-51, вул. Клочківська, 333.

AB 31. 228

447749

AB 34.992

**AB 34.992**