

УДК 81'373.43:655.3.06:001.4

М. М. Медведь – здобувач, директор бібліотеки
Закарпатського державного університету

Сучасний стан розвитку видавничо-поліграфічної терміносистеми: неологічний аспект

*Роботу виконано на кафедрі суспільних дисциплін
та української мови ЗакДУ*

У статті здійснено спробу дослідити неологічний аспект сучасного стану розвитку української видавничо-поліграфічної терміносистеми. Автор зосереджує увагу на найвагоміших чинниках, які зумовлюють активне термінотворення наприкінці ХХ – на початку ХХІ ст.

Ключові слова: видавничо-поліграфічна термінологія, неологізми, словники, терміносистема.

Медведь М. М. Современное состояние развития издательско-полиграфической терминосистемы: неологический аспект. В статье сделана попытка исследовать неологический аспект современного состояния развития украинской издательско-полиграфической терминосистемы. Автор сосредоточивает внимание на важнейших факторах, обуславливающих активное терминообразование в конце ХХ – начале ХХІ в.

Ключевые слова: издательско-полиграфическая терминология, неологизмы, словари, терминосистема.

Medved M. M. Modern State of Publishing-Polygraphic Terminological System Development: Neological Aspect. The article deals with the neological aspect of the modern stage of the Ukrainian publishing-polygraphic terminological system development. Author singles out the most significant factors, causing active formation of new terms in the period of late ХХ – early ХХІ centuries.

Key words: publishing-polygraphic terminology, neologism, dictionaries, terminological system.

Постановка наукової проблеми та її значення. Розвиток кожної мови пов'язаний із її здатністю збагачувати свій словниковий склад. Розширення галузевої термінології тісно пов'язане з розвитком галузі та її технологій, адже саме це спричиняє творення нових слів та їх закріплення в фахових словниках. Однак огляд наукових досліджень дає підставу стверджувати, що неологічний аспект розвитку термінології видавничої галузі та поліграфічного виробництва й сьогодні малодосліджений, тому виявлення шляхів та методів поповнення новотворами видавничо-поліграфічної термінології є підґрунтям цієї наукової розвідки.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Неологізми досліджуються в різних аспектах. Сучасні лінгвісти вивчають неологізми в словотвірному (Н. Клименко, О. Земська), лексикологічному (Л. Струганець, А. Ликов), соціолінгвістичному (О. Кубрякова) й інших аспектах, зокрема активно аналізують новотвори в мові художньої літератури (В. Герман, Г. Вокальчук) і засобів масової комунікації (О. Стишов, Ж. Колоїз) [1, 33].

Із огляду на період кінця ХХ – початку ХХІ ст., вітчизняні мовознавці відзначили цілий неологічний «бум», адже мова швидко та глибоко реагує на потреби соціуму. Неологізми сьогодення –

це особлива незамкнута «співдружність» слів, які з'являються відповідно до загальних законів суспільного розвитку. Н. Клименко зазначає, що активні процеси новотворення зумовлені і внутрішньомовними, і кількома екстралінгвістичними чинниками, серед яких можна виділити процеси глобалізації, зміну парадигми сприйняття соціальної дійсності, виникнення нових реалій життя та потребу відповідно їх номінувати [2, 23].

Щодо поняття «неологізм» М. Кочерган зауважує, що воно є історичним і відносним, оскільки всі слова колись були неологізмами. Нещодавно неологізмами були «ЕОМ», «дизайнер», «універсам», «синтетика», «лазер», «склопластик», «глобальний», «відеотелефон», «стрес», «перфокарта», «перебудова», а нині вони втратили новизну, і деякі з них уже вийшли з активного вжитку, хоча жодне із цих слів ще не було зафіксовано в одинадцятитомному «Словнику української мови», останній том якого вийшов 1980 р. [3, 227–228].

Досліджуючи процес уходження нових слів у мову, лінгвісти вкладають різний зміст у поняття неологізм, та всі їхні трактування об'єднує єдиний критерій – відчуття незвичності слова всіма мовцями. Довідкове видання «Українська мова: енциклопедія», характеризуючи слово неологізм, указує на особливо важливу його категорію – новизну. Новизну неологізму звичайно усвідомлюють мовці, але саму його суть визначають насамперед часом його появи в мові, а не стилістичним забарвленням (певні неологізми можуть не сприйматися як такі: наприклад, назви багатьох лікарських препаратів для нефакхівців) [9, 409].

У дослідженні розвитку лексичного складу української мови кінця ХХ ст. О. Стишов убачає активне входження до української мови значної кількості іншомовних слів, зростання питомої ваги спільних із іншими європейськими мовами словотворчих процесів. Однак не всі запозичення є виправданими з погляду культури української мови. Нерідко в їхньому вживанні зовсім немає потреби, оскільки вони заступають наявні в словнику загальноновживані відповідники [8, 18].

Крім лексичних новотворів для називання нових понять, неологізми з'являються і тому, що виникає потреба замінити вже наявну назву точнішою, зрозумілішою, такою, що більше відповідає фонетичним, лексичним, словотвірним та іншим мовним нормам. Поряд із лексичними неологізмами з'являється чимало неологізмів семантичних, тобто слів, які здавна існують у мові, набувають нових значень. О. Пономарів наслідком двох згаданих причин появи неологізмів убачає їхню номінативну функцію та перспективу стати надбанням усіх носіїв мови [6, 79–80].

Розвиток української мови – це збагачення її словникового складу. Прагнення до вдосконалення свого лексикону активізує творення нових слів. Цей процес зумовлений низкою суто мовних чинників, серед яких вагомого значення набуває і дерусифікація, завдяки заміні кальок іншокореневими лексемами та конструювання нових найменувань, що відповідають законам словотвірної системи мови: «примірник» (замість екземпляр), «наклад» (замість тираж), «осередок» (замість центр), «фах», «фаховий», «фахівець» (замість спеціальність, спеціальний, спеціаліст), «число» (замість номер журналу), «скарбниця» (замість каса, ломбард), «вибір (товарів)» (замість асортимент), «грунт», «підгрунття» (замість базис), «позичка» (замість кредит), «позикодавець» (замість кредитор) [4, 197].

Історія українського друкарства, а відтак видавничої справи нараховує понад п'ять століть. Поява друкарства в Україні – подія великого історичного значення, оскільки з його появою починається новий етап в історії українського книжкового мистецтва. Коли рукописна книга була твором малярства, то книга друкована – синтез графічного мистецтва й поліграфічної техніки. Слов'янські народи одні з перших освоїли винахід 1440 р. Йоганна Гутенберга – друкування книг за допомогою рухомих літер, вилитих із металу. Значний внесок у розвиток слов'янського, зокрема кириличного друкування, внесли слов'янські першодрукарі Фіоль, Макарій, Скорина. Книгодрукування було справою трудомісткою, на це потрібно було спеціальне устаткування, багато матеріалів, майстрів різного фаху. На кінець XV – початку XIX ст. припадає зародження фахової друкарської термінології й інтенсивне термінотворення в українському середовищі, тому під друкарством розуміємо термінологію ремісничого та мануфактурного періоду книговиробництва. У роботі А. А. Покровського «Печатный московский двор в первой половине XVII века» (видання 1913 року) описано порядок роботи в друкарні, у якому наявна фахова тогочасна друкарська термінологія. У пункті 5 сказано, що «...должность наборщика – набирать слова, а тередорщика – печатать листы, батыйщика – ставить чернила; а у каждого стана по два наборщика, по четыре тередорщика, по черыре батыйщика и того 10 человек... и в каждом стану на всякий день печатается по 2400 листов на одной стороне

листа, одне чернила без киновары...». Лише з невеликого наведеного прикладу видно, які величезні зміни відбулися в друкарській, а відтак видавничій термінології, основою якої став прогрес у розвитку галузі.

Неоцінним внеском у розвиток російської й української культур, вітчизняного книгодрукування та видавничої справи є організація друкарської справи в Україні геніальним друкарем Іваном Федоровим. Заснувавши в Москві друкарню і видавши там «Апостол», І. Федорів переїхав спочатку в Литву, а потім в Україну, де 1574 р. накладом близько тисячі примірників видав «Апостол», потім «Буквар», «Новий завіт» – вінець свого надбання, найбільшу за обсягом і найдосконалішу за поліграфічним рівнем книгу – «Біблію».

Понад п'ять століть пройшло відтоді, вітчизняна поліграфія переросла в могутню галузь, видавнича справа стала невід'ємним її складником. Стрімкий розвиток галузі спричинив велике поповнення терміносистеми, де кожен період уносив свої корективи в галузеве словотворення, його нормалізацію та функціонування. Перші спроби наукового аналізу, нормалізації і кодифікації української видавничої та поліграфічної термінології розпочалися лише в 90-х роках ХХ ст., що зумовлено національним і культурним відродженням, потребою перегляду й наукового осмислення історії української термінології.

Уживана в текстах сучасної фахової наукової, навчальної і довідкової літератури українська видавнича термінологія загалом відбиває ті зміни, яких зазнала видавничо-поліграфічна галузь на зламі століть, до слова, найкардинальніших за всю історію фаху, а саме: зміни в організації видавничо-поліграфічного процесу та його окремих стадій; переорієнтацію видавничої справи на ринкові механізми функціонування; перерозподіл унаслідок динамічної комп'ютеризації основних технологічних операцій між видавничою та поліграфічною сферою; появу нових видавничих продуктів із видозміненими типологічними ознаками тощо [5, 32].

Термінологія видавничо-поліграфічної галузі стала основою дослідницької діяльності Е. І. Огар (друкарська термінологія), М. Р. Процик (видавнича термінологія), В. Е. Шевченко (редакційно-видавнича комп'ютерна термінологія), М. В. Сташко, Г. І. Солоїденко (суміжна з видавничо-поліграфічною термінологією – бібліотечно-бібліографічна термінологія).

Досліджуючи неологічний аспект сучасного стану розвитку видавничо-поліграфічної терміносистеми, повернемося до витоків і проаналізуємо основні етапи, які спричинили динамічне оновлення фахової термінології:

1) кінець ХІХ – початок ХХ ст.: розгалуження терміносистеми «друкарство» на дві самостійні терміносистеми – «поліграфія» та «видавнича справа», ядровим шаром котрих залишилися традиційні терміни від часу винайдення книгодрукування;

2) кінець ХХ ст.: модернізація технологічних процесів унаслідок переоснащення видавництв та поліграфічних підприємств, викликана прогресом техніки і технологій, підвищеними вимогами до якості видавничої, друкувальної та пакувальної продукції;

3) початок ХХІ ст.: поповнення корпусу видавничих та поліграфічних термінів унаслідок комп'ютеризації видавничих та поліграфічних процесів, які зумовлені потужними ін'єкціями в українську мову англіцизмів.

На розвитку сучасної видавничо-поліграфічної термінології позитивно позначається випуск щоразу більшої кількості україномовних наукових робіт – зокрема навчальної та довідкової літератури, фахових періодичних видань. Підтвердженням цього є вихід у світ багатьох словників: «Українсько-російський та російсько-український словник з видавничої справи» Е. І. Огар (2002 р.), «Поліграфія та видавнича справа: Російсько-український тлумачний словник» (укладачі Б. В. Дурняк, О. В. Мельников, О. В. Василишин, О. Г. Дячок, 2002 р.), словники В. Е. Шевченко «Лексика комп'ютерних редакційно-видавничих систем» (2000 р.), «Англо-український тлумачний словник редакційно-видавничої термінології» (2006 р.), «Норми української науково-технічної мови. Тлумачний словник термінів з видавничої, поліграфічної та пакувальної справи» (за редакцією П. М. Таланчука, С. Я. Яреми, Ю. М. Коровайченко, С. М. Яреми, В. С. Моргунюка, 2006 р.), «Словник-довідник основних видавничих термінів: для практики наукових установ» (упорядник А. І. Радченко, 2009 р.), «Енциклопедія для видавця та журналіста» Ю. В. Бондара, М. Ф. Головатого, М. І. Сенченка (2010 р.).

На розбудову сучасної видавничо-поліграфічної термінології особливо вплинула комп'ютеризація редакційно-видавничих та друкарських процесів, на яку видавнича справа та поліграфія відреагу-

вали появою нових номінацій («інтернет-видання», «комп'ютерна коректура», «настільні редакційно-видавничі системи», «оцифровані шрифти», «ризографія», «рекордери»).

Аналізуючи вищезазначені галузеві словники, ми відзначаємо повернення в мовний ужиток видавців та поліграфістів призабутих українських термінів: «складання», «береги сторінки видання», «однотомове видання», «верстання в облямуванні текстом» та ін.

Важливе значення в неологізації професійної мови видавців відіграє полісемія, омонімія, синонімія й антонімія. Аналізуючи лексико-семантичні явища сучасної української видавничої термінології, саме ці процеси дослідниця М. Процик відзначає як найактивніші в термінотворенні, що простежується наприкінці ХХ – на початку ХХІ ст. Автор застерігає щодо неправомірного введення в ужиток синонімів уже усталених термінів («колонтитул» – сигнальні слова; «курсивний шрифт» – писаний шрифт), тому слушно радить надавати перевагу українським термінам, а не чужомовним запозиченням, а також особливу увагу слід звертати на відповідність термінів української літературної мови, водночас не поспішати зі стандартизацією одного терміна з низки синонімічних, оскільки це питання найкраще розв'язує реальна мовленнєва практика й час (*комп'ютерні шрифти – цифрові шрифти – дигінальні шрифти*) [7, 10–11].

Проаналізувавши особливості новотворення видавничої та поліграфічної термінології, ми виявили найважливіші шляхи й найпродуктивніші способи її збагачення, а саме:

- використання семантичного способу творення (унаслідок вторинної номінації – метафори та метонімії («сирота», «вдова» – перший рядок параграфу, завершеного останнім на сторінці; «мишка» – ручний пристрій управління курсивом; «ключ» – ідентифікатор, що є складником сукупності елементів даних і який одночасно ідентифікує елемент даних);
- творення морфологічним способом поєднання морфем на базі наявних у мові основ і словотворчих афіксів («роздруківка», «сканування», «видрук», «газетяр», «друкувальний», «інтернет-видання»);
- запозичення нових слів із інших мов («фреймс», «дисплей», «інтерфейс»);
- повернення до активного вжитку слів, що донедавна входили в пасивний пласт лексики (*береги, рисунок*).

Стрімка модернізація видавничо-поліграфічних технологій уносить свої корективи в фахову мову, а іноді випереджує модернізацію спеціальної підмови появою нової спеціальної семантики (план змісту терміна змінюється за збереження (повного або часткового) його плану виразу). Прикладом може слугувати термін «гранка» (80–90 металевих рядків складовими), який із заміною металевого складання комп'ютерним залишається реалією і зберігається як основа видавничих коректур, адже вичитування та зчитування здійснюється саме в гранках, тому немає підстав для вилучення усталеного терміна з ужитку. Через об'єктивні зміни в його спеціальній семантиці виникла потреба новотворення: увести до терміна уточнювальний компонент «комп'ютерна (цифрова) гранка» [5, 33].

Висновки та перспективи подальших досліджень. Українська видавничо-поліграфічна термінологія накопичувалася впродовж п'ятисот літ, але саме початок 90-х років для термінології видавничої справи та поліграфії став періодом найінтенсивнішого оновлення терміносистеми. Насамперед це пояснюємо значними динамічними змінами в самих галузях, спричиненими прогресом розвитку, які викликані значним поповненням фахової мови новим лексичним матеріалом.

Одним із перспективних напрямів подальшого дослідження сучасного стану розвитку видавничо-поліграфічної терміносистеми є спроба аналізу, як відбувається упорядкування, систематизація й кодифікація відповідної термінології та визначення частки неологізації в терміносистемі, що є метою наших подальших досліджень, які будуть зосереджені на поглибленому вивченні нових груп неологічної лексики, пов'язаної з поліграфією та видавничою справою.

Список використаної літератури

1. Денискіна Г. Функціонування потенційних слів у наукових працях Михайла Драгоманова: на прикладі «Чудацьких думок про українську національну справу» / Ганна Денискіна // Дивослово. – 2008. – № 3. – С. 33–35.
2. Клименко Н. Новотворення чи мавпування? / Ніна Клименко // Урок української. – 2004. – № 10. – С. 23–25.

3. Кочерган М. П. Вступ до мовознавства : підручник / Михайло Петрович Кочерган. – К. : ВЦ «Академія», 2010. – 368 с.
4. Лобода Т. М. Заміна лексичних кальок в українській мові – чинники оновлення сучасного лексикону (на матеріалі суспільно-політичної, фінансово-економічної лексики / Т. М. Лобода // Нові технології навчання. – К. : НМЦВО, 2005. – Вип. 40. – С. 195–200.
5. Огар Е. І. Українська видавнича термінологія: нормалізаційні та функціональні аспекти / Е. І. Огар // Українське журналістикознавство. – 2009. – Вип. 10. – С. 31–35.
6. Пономарів О. Д. Стилїстика сучасної української мови : підручник / О. Д. Пономарів. – К. : Либідь, 1992. – 248 с.
7. Процик М. Р. Сучасна українська видавнича термінологія : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.0 «Українська мова» / М. Р. Процик. – К., 2007. – 20 с.
8. Стишов О. О. Особливості розвитку лексичного складу української мови кінця ХХ столїття / О. О. Стишов // Мовознавство. – 1999. – № 1. – С. 7–21.
9. Українська мова : енциклопедія / [редкол. : В. М. Русанівський (співголова), О. О. Тараненко (співголова), М. П. Зяблюк та ін.]. – [2-ге вид., випр. і допов.]. – К. : Укр. енцикл., 2004. – 824 с.

Статтю подано до редколегії
21.03.2012 р.