

**ПОНЯТТЯ ‘ІННОВАЦІЯ’:
НАУКОВИЙ ОБСЯГ І ВАРІАТИВНІСТЬ ІНТЕРПРЕТУВАННЯ**
**THE NOTION OF ‘INNOVATION’:
SCIENTIFIC SCOPE AND VARIOUS INTERPRETATIONS**

Лук'янова А.І.,

orcid.org/0000-0002-9450-1548

*аспірант кафедри прикладної лінгвістики, порівняльного мовознавства та перекладу
Українського державного університету імені Михайла Драгоманова*

У статті розглядається науковий обсяг та варіативність інтерпретування поняття ‘інновація’ в різних науках. Передусім визначено поняття ‘інновація’ в економіці, де воно власне і з’явилося (введено Й. Шумпетером в 1911 р.). Суттєву увагу приділено диференціації суміжних з інновацією понять таких як ‘неологізм’ та ‘оказіоналізм’. Зокрема, акцентується увага на ознаках, за якими відокремлюються, класифікуються неологізми, а саме: 1) за часом їхньої появи в мові (хронологічні неологізми), 2) за ступенем поширеності в мовній системі (загальномовні та індивідуально-авторські, так звані ‘оказіоналізми’), 3) за ступенем їхнього засвоєння мовою, мірою входження до її активного лексикону (повністю/частково засвоєні). Крім з’ясування значення кожного з цих понять окреслено специфічні ознаки, які й слугують критеріями для їх розмежування. Одним з найголовніших є спрямованість неологізмів на соціальне, а okazіоналізмів – на індивідуальне. Також перші характеризуються узуальністю, а другі – неузуальністю. Слідом за Ж. Колоїз, до диференційних ознак неологізмів та okazіоналізмів відносимо такі: соціальну приналежність / індивідуальну приналежність; узуальність / неузуальність; втрату / збереження новизни; нормативність / ненормативність (аномальність); відсутність чіткого зв’язку з контекстом / контекстуальну залежність; високий ступінь номінативності / високий ступінь експресивності. До інновацій в мові, в першу чергу, зараховуємо лексичні. Лексичні інновації і неологізми не є тотожними поняттями. Існують поняття ширші за них. Уточнення тлумачення, ‘інновація’ в економіці, культурології, освіті та менеджменті заклало підстави для його визначення в лінгвістиці, куди воно прийшло пізніше, однак на сучасному етапі розвитку наук є частотним, з огляду на динамічність мовних процесів. Таким чином, поняття ‘інновація’ у мовознавстві було розвинено та адаптовано з різних наук під потреби лінгвістики. У перспективі передбачено уточнення поняття ‘інновація-іспанізм’, враховуючи його як змістову, так і структурну складову, розроблення алгоритму його ідентифікації в корпусах текстів з подальшим встановленням їх типу у межах нашого дисертаційного дослідження.

Ключові слова: інновація, неологізм, okazіоналізм, економіка, освіта, культурологія, менеджмент, лінгвістика.

The article considers the scientific scope and various interpretations of the notion of ‘innovation’ in different sciences. First of all, the concept of ‘innovation’ is defined in economics, where it actually appeared (introduced by J. Schumpeter in 1911). Significant attention is paid to the differentiation of concepts related to innovation, such as ‘neologism’ and ‘occasionalism’. In particular, attention is focused on the features by which neologisms are distinguished and classified, for instance: 1) by the time of their appearance in the language (chronological neologisms), 2) by the degree of prevalence in the language system (general-language and individual-authorial, the so-called ‘occasionalisms’), 3) by the degree of their assimilation into the language, the degree of entry into its active lexicon (fully/partially assimilated). In addition to clarifying the meaning of each of these concepts, specific features are outlined, which serve as criteria for their differentiation. One of the most important is the orientation of neologisms to the social, and occasionalisms to the individual. The former are also characterized by usuality, and the latter by unusualness. Following J. Koloiz, the differential features of neologisms and occasionalisms include the following: social affiliation / individual affiliation; usuality / unusualness; loss / preservation of novelty; normativity / non-normativity (anomaly); lack of a clear connection with the context / contextual dependence; high degree of nominativeness / high degree of expressiveness. Innovations in language, first of all, include lexical ones. Lexical innovations and neologisms are not identical concepts. There are concepts broader than them. The clarification of the interpretation, ‘innovation’ in economics, cultural studies, education and management laid the foundations for its definition in linguistics, where it came later, but at the present stage of the development of sciences it is frequent, given the dynamism of language processes. Thus, the concept of ‘innovation’ in linguistics was developed and adapted from various sciences to the needs of linguistics. In the future, it is planned to clarify the concept of ‘innovation-Hispanism’, taking into account both its content and structural components, and to develop an algorithm for its identification in corpora of texts with the subsequent establishment of their type within the framework of our dissertation research.

Key words: innovation, neologism, occasionalism, economics, education, cultural studies, management, linguistics.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку науки серед розмаїття питань, які потребують вирішення саме у мовознавстві, важливе місце посідає уточнення окремих понять з позицій лінгвістики, зокрема поняття ‘інновація’, а також диференціації суміжних понять таких,

як наприклад, ‘інновація’, ‘неологізм’ та ‘оказіоналізм’. З огляду на використання більшості слів у різних сферах життя і відповідно науках, уточнювати поняття доцільно спираючись на їх тлумачення в різних дисциплінах. Поява нових лексичних одиниць зумовлена культурологічними та

міграційними чинниками, що призводить до змішування різних мов. Через це лінгвістичні інновації з'являються та закріплюються не лише на побутовому, але й офіційному рівні. Прикладом цього може бути іспанська мова у США, тобто наявність *інновацій-іспанізмів* у американському варіанті англійської мови. Останнє є у фокусі нашого дисертаційного дослідження, яке не можна реалізувати без уточнення базових понять, центральним з яких є *‘інновація’*.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Життя людини не буває без інноваційних процесів, оскільки саме вони сигналізують про розвиток, еволюцію. Відтак, інновації притаманні економічній, культурологічній, освітній, мовознавчій галузям тощо.

Вперше поняття *‘інновація’* було запроваджено Й. Шумпетером у 1911 році на позначення нових комбінацій змін у розвитку (тобто питання інноваційного процесу) у сфері економіки. Далі це поняття уточнювалось, змінювалось цілою низкою економістів, серед яких треба зазначити О. Дація [1, с. 63], А. Пересаду [10, с. 472], С. Покропивного [11, с. 328], П. Харіва [16, с. 326], Д. Черваньова [17, с. 130].

Приблизно у цей самий час, на початку ХХ ст., поняття *‘інновація’* з'являється в культурології, а згодом його запозичують освіта та менеджмент.

Проблемами дослідження інноваційних процесів в лінгвістиці займалися як вітчизняні: М. Жовтобрюх [3, с. 3], Є. Карпіловська [4, с. 231], Н. Клименко [5, с. 136], Ж. Колоїз [6, с. 311], Т. Пристайко [12, с. 40] та ін., так і закордонні вчені: Е. Косеріу, [7, с. 143], А. Мейє [9, с. 5], Ф. де Соссюр [14, с. 324] та ін. Деякі дослідники намагалися провести межу між поняттями *‘інновація’*, *‘неологізм’* та *‘оказіоналізм’*, а саме: В. Кремень [8, с. 23], О. Стишов [15, с. 9], Т. де Мауро [2, с. 234] та ін. Однак, на наш розсуд, при виконанні конкретних мовознавчих розвідок поняття *‘інновація’* потребує уточнення залежно від того практичного матеріалу, з яким працює дослідник.

Постановка завдання. Метою статті є встановлення наукового обсягу поняття *‘інновація’* в лінгвістиці через вивчення варіантів його інтерпретування у різних науках, а саме економіці, культурології, освіті та менеджменті. Досягнення мети можливе через вирішення таких **завдань**:

- з'ясувати поняття *‘інновація’* в економіці;
- окреслити поняття *‘інновація’* в культурології, освіті, менеджменті;
- визначити поняття *‘інновація’* (зокрема, *‘лексичної інновації’*) в мовознавстві.

Виклад основного матеріалу. Слово *‘інновація’* вперше фіксується в економічній науці, завдяки австрійському вченому Й. Шумпетеру у 1911 р., який звернув увагу на перерозподіл змінних компонентів в економічному розвитку, тобто появу інноваційних процесів. [18, с. 246].

Сучасна економічна наука тлумачить *‘інновацію’* як зміну стану певного об'єкта. Наприклад, О. Дація, трактуючи *‘інновацію’* як реалізацію змін у техніці, технології, організації, екології, економіці, а також у соціальній сфері, акцентує на пріоритеті економічного ефекту. На нашу думку, наголошення виключно на економічному ефекті не є доцільним, оскільки економічний ефект неминуче має вплив на соціальний, а той, у свою чергу, впливає на екологію [1, с. 63], тобто *‘економічний ефект → соціальний ефект → екологічний ефект’*.

Деякі економісти називають *‘інновацію’* процесом. За визначенням Д. Черваньова, *‘інновація’* репрезентує техніко-економічний процес, який через використання продуктів розумової праці, ідей та винаходів створює кращі за властивостями види продукції та нові технології, поява яких на ринку як нововведення може принести додатковий дохід [17, с. 130].

Процесом *‘інновацію’* вважає і А. Пересада. На його розсуд, *‘інновація’* – це процес доведення наукової ідеї або технічного винаходу до стадії практичного використання, що дає прибуток, а також спричинює пов'язані із процесом техніко-економічні та інші зміни у соціальному середовищі [10, с. 472].

Деякі економісти розуміють під поняттям *‘інновація’* не сам процес, а саме його результат, що стався внаслідок якісних змін виробничого процесу. Такої думки дотримується згаданий вище Й. Шумпетер.

Як підсумок діяльності розуміє *‘інновацію’* П. Харів, вважаючи, що *‘інновація’* є результатом інноваційної діяльності, відображеної у вигляді наукових, технічних, організаційних чи соціально-економічних новинок, який може бути отриманий на будь-якому етапі інноваційного процесу [16, с. 326].

Аналогічний підхід властивий українському вченому С. Покропивному, який вважає, що *‘інновація’* є використанням у господарській практиці результатів інноваційних процесів [11, с. 328].

Охарактеризуємо поняття *‘інновація’* в системі різних наук. В культурології цей термін з'явився у ХХ ст. та означав введення елементів однієї культури в іншу. Наприклад, змішання європейської, азійської та європейської культури.

Технічні інновації почали формуватися вже у другій половині ХХ ст. [19, с. 321].

‘Інновація’ в освіті є процесом творення, запровадження та поширення в освітній практиці ідей, засобів, педагогічних та управлінських технологій, у результаті яких підвищуються показники (рівні) структурних компонентів освіти, відбувається перехід системи до якісно нового стану. Слово ‘інновація’ має багатомірне значення, оскільки складається з двох форм: власне ідеї та процесу її реалізації [8, с. 23].

В інноваційному менеджменті ‘інновація’ є результатом творчого процесу у вигляді створених (або впроваджених) нових споживчих вартостей, використання яких вимагає від людей та організацій, що його використовують зміни звичних навичок та стереотипів їхньої діяльності. Поняття інновація поширюється на новий продукт або послугу, спосіб їх виробництва, нововведення в організаційній, фінансовій, науково-дослідній та інших сферах, будь-яке вдосконалення, що забезпечує економію витрат або створює умови для такої економії [17, с. 130]. Отже, у всіх розглянутих науках ‘інновація’ може розглядатися як процес, так і результат певного процесу.

Загальновідомо, що мова має властивість постійно, але нерівномірно розвиватись, залежно від внутрішніх та зовнішніх факторів. Мовні зміни відбуваються у діалозі при переході від мовних навичок, які проявляються у мові одного співрозмовника, до мовних навичок іншого. Все те, що сказане мовцем (розглядається з погляду мовних закономірностей) і відхиляється від моделей, які існують у мовленні, може бути назване ‘інновацією’. На думку Е. Косеріу, одним із типів інновацій може бути запозичення з іншої мови (повне чи часткове) [7, с. 143].

М. Жовтобрюх вважає, що зміни в мові виявляються завдяки взаємодії факторів зовнішнього та внутрішнього характеру. Результатом мовної зміни, на його розсуд, є ‘інновація’, а її допущення як моделі для подальших повідомлень – прийняттям. Йдеться про прийняття лексичних інновацій мовою-реципієнтом, що вимагає детального дослідження саме їх входження в систему мови й адаптації на різних мовних рівнях [3, с. 3].

У сучасному мовознавстві функціонує чимало визначень на позначення мовного нововведення. Серед них такі як ‘інновація’, ‘нововведення’, ‘входження’, ‘вкраплення’, ‘лексична інновація’, ‘словотвірна інновація’, ‘неологізм’, ‘неолексема’, ‘новотвір’, ‘неозапозичення’ тощо. Слід враховувати, що кожне з цих понять має влас-

ний змістовний обсяг, і між ними можна виявити взаємозаміну чи підпорядкування. Поняття ‘інновація’ переважно використовують як родове для всіх різновидів мовних нововведень. Проте, слід розрізняти ‘інновації’ за належністю нових одиниць до певних рівнів мовної системи. Це такі інновації як фонетичні, графічні, морфемні, словотвірні, лексичні, фразеологічні та граматичні (морфологічні й синтаксичні) [5, с. 136].

З огляду на наш дослідницький інтерес більш детально зупинимось на лексичних інноваціях. Результати лексичних інновацій неоднорідні: в одних випадках вони обмежуються okazіоналізмами, неологізмами чи запозиченнями, в інших виявляють інтерференцію як несвідоме включення елементів однієї мови в іншу в результаті того, що у мовленні двомовних індивідів спостерігається відхилення від норм як результат володіння більш ніж однією мовою [5, с. 136]. Саме лексичні інновації часто ототожнюються з неологізмами.

Інновація як об’єкт дослідження неології традиційно включає неологізми (усталені новотвори) й okazіоналізми (мовленнєві новоутворення), іншими словами, такі одиниці, які виникають як мовленнєві, маючи okazіональний характер та відбиваючи інформацію, релевантну для певних мовців у певній соціокультурній ситуації.

Поняття ‘неологізм’, за визначенням В. Русанівського – це слово, а також його окреме значення, вислів, які з’явилися в мові на певному етапі її розвитку (загальномовні неологізми) або були вжиті тільки в певному акті мовлення, тексті чи мові конкретного автора (стилістичні або індивідуально-авторські) [13, с. 56]. Зазвичай неологізми розмежовують: 1) за часом їхньої появи в мові (хронологічні неологізми); 2) за ступенем поширеності у мовній системі (загальномовні та індивідуально-авторські неологізми, так звані okazіоналізми); 3) за ступенем їхнього засвоєння мовою (повністю / частково засвоєні), мірою входження до її активного лексику. Мовознавці зазначають, що часом спектр залучених до класифікацій неологізмів ознак настільки широкий, що термін ‘неологізм’ ототожнюють з терміном ‘інновація’ [13, с. 56].

З погляду багатьох дослідників, позначення неологізмів, яке до недавнього часу визначалось загальним (родовим) терміном для всіх типів нової лексики, перестає задовільняти вчених, а отже спостерігаються все частіші звертання до поняття ‘інновація’, тобто «новоутворення, нововведення, будь-яке лексико-семантичне нововведення» [1, с. 63]. У сучасній неології очевидною

стала необхідність конкретизувати обсяг поняття 'інновація', що й зробив О. Дацій: «Даним родовим поняттям охоплюється арсенал видових понять, пов'язаних з процесом словникового поповнення мови» [там само].

Слід додати, що Т. де Мауро зазначав: «Не всі переймаються визначенням поняття *неологізму* і *оказіоналізму*, або як часто називають *оказіональні* слова, слова певного моменту, які є випадковими. Не кожен *оказіоналізм* може вважатися *неологізмом*, у розумінні нового слова, яке претендує на те, щоб увійти у лексичне надбання мови завдяки своїй циркуляції у використанні, попри все, новоутворення може вважатися 'авторським словом'». Таке висловлення свідчить про недоцільність отождествлення *неологізмів* та *оказіоналізмів* [2, с. 234].

Аргументованим видається погляд О. Дація, який підкреслює, що процес виникнення нового може відбуватися у різних формах, тому поняття *неологізму* закономірно охоплює не лише слово як окрему лексичну одиницю, але і лексико-семантичний варіант слова, що також є лексичним новоутворенням. Термін 'лексична інновація' слід розуміти як гіперонім відносно *неологізму* й *оказіоналізму*, а останні два терміни як еквоніми, що розмежовуються за системним критерієм згідно з дихотомією «мова – мовлення» [1, с. 63]. Лексична інновація відрізняється від *неологізму* тим, що є ширшою за нього.

Результати дослідження щодо визначення варіантів тлумачення і розуміння поняття 'інновація' як складової інноваційних процесів у мові та оновлення словника є досить різноманітними у різних лінгвістів. Наприклад: *інновація* – явище (чи закономірність змін) у мові, яке відрізняє його від початкового стану або прамови. *Інновація* (англ. *innovation*, франц. *innovation* < лат. *inno-vatio* – оновлення, зміна) – явище або закономірність змін у певній мові, що притаманні для неї на попередніх етапах розвитку [5, с. 136].

У сучасному українському мовознавстві розрізняють такі дефініції аналізованого поняття: 'інновація' – це новотвори, а також включення і входження в мову, зумовлені перерозподілом значень у видах і жанрах мовлення; це відродження слів і висловів з минулих років. У лінгвістичній літературі поняття 'інновації' часто вживається з атрибутом 'лексичні', проте є синонімічним визначенню поняття інновації [15, с. 9].

Диференціювати *неологізми* і *оказіоналізми* також можна за спрямованістю на: *соціальне* або *індивідуальне*. Спрямованість на соціальне релевантна для *неологізмів*, а на індивідуальне – *оказіональних* одиниць. *Неологізми* «висловлюють

життєво важливі нові поняття або надають нову емоційну забарвленість вже існуючим поняттям з метою обслуговування всього мовного колективу або його певної частини». Таким чином, *неологізми* володіють соціальною установкою на входження в розряд загальновживаної або спеціальної лексики. *Оказіоналізми* «викликані до життя потребою індивідуума тільки для певного випадку і не претендують на подальшу загальновживаність» [1, с. 63].

В результаті аналізу та систематизації даних і емпіричного матеріалу, за Ж. Колоїз виділяються такі диференціальні ознаки *неологізмів* і *оказіоналізмів* [6, с. 311]:

- соціальна приналежність / індивідуальна приналежність;
- узуальність / незузуальність;
- втрата / збереження новизни;
- нормативність / ненормативність (аномальність);
- відсутність тісного зв'язку з контекстом / контекстуальна залежність;
- високий ступінь номінативності / високий ступінь експресивності.

У сенсі входження в загальновживану лексику *неологізми* і *оказіоналізми* характеризуються *узуальністю* / *незузуальністю*. Однією з основних ознак *неологізмів* є їх узуальність, закріпленість у загальному використанні. *Неологізми* мають соціально-віртуальну установку на входження в розряд загальновживаної лексики. *Неологізми* – це новотвори, які підлягають включенню до словника, оскільки цим фіксується словниковий склад мови в момент укладання словника. *Оказіоналізми* відрізняються від *неологізмів* ще й тим, що не входять у словниковий склад, а існують і функціонують у маргінальній області. Все-ж, буде неправильним розглядати *оказіоналізми* як неповноцінні слова, навпаки, це слова справжні, і навіть необхідні в певному контексті, які мають характерні структурні ознаки, насиченіші за змістом й емоційним навантаженням, ніж *неологізми* або загальновживані слова, з чим ми погоджуємось [11, с. 328].

Висновки. Підсумовуючи, зазначимо, що науковий обсяг поняття 'інновація' скидається на його тлумачення в різних науках. Так, у найзагальнішому вигляді його можна подати в такому формулюванні: 'Інновація' – процес появи нових елементів (в залежності від предмета) або самі ці елементи, які матимуть позитивний вплив на подальшу роботу в тому чи іншому напрямку. З позицій лінгвістики поняття 'інновація' інтерпретується як новотвір, а також включення і вхо-

дження в мову, зумовлені перерозподілом значень у видах і жанрах мовлення; це відродження слів і висловів з минулих років. Поняття 'інновація' і 'неологізм' вважаємо тотожними, синонімічними. Поняття 'оказіоналізм' на протигагу неологізму тлумачимо як індивідуально-авторську нову лексику. Зауважимо, що для виконання кожної окремої розвідки поняття 'інновація'

потребує уточнення (звуження або розширення) залежно від конкретного матеріалу дослідження. Наприклад, у нашій науковій праці ми використовуємо поняття 'інновація-іспанізм', під яким розуміємо нову іспанську лексику (зі структурними елементами іспанського походження) в американському медіа-дискурсі, яка поповнила лексичний склад англійської мови США.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Дацій О.І. Формування екосистеми інновацій: від ідеї до капіталізації: Східноєвропейський університет економіки і менеджменту : монографія. Дніпро : ДДАЕУ, 2019. 63 с.
2. Де Мауро Т. Введення в семантику: монографія. Київ : Дім інтелектуала, 2000. 234 с.
3. Жовтобрюх М. А. Українська літературна мова в радянський час: монографія. Київ : Мовознавство, 1965. 3 с.
4. Карпіловська Є. А. Оказіоналізми в когнітивному просторі мови. *Вісник Варшавського університету. Сер. Філологія*. 2021. Вип. LXXVI. С. 231–243.
5. Клименко Н. Ф. Диференційні та інтеграційні процеси в лексиці та словотворенні сучасної української мови. *Мовознавство*. 2008. Вип. 2–3. С. 136 –147.
6. Колоїз Ж. В. Оказіональна деривація: теоретичний та функціонально-прагматичний аспекти : дис.... д-ра філол. наук: 10.02.01./ Харківський національний ун-т ім. В.Н. Каразіна. Харків, 2007. 311 с.
7. Косеріу Е. Синхронія, діахронія та історія. Нове в лінгвістиці: монографія/ пер. з ісп. І.А. Мельничук. Київ : Едіторіал, 1963. 143 с.
8. Кремень В.Г. Освіта: ціннісні орієнтири мережевого суспільства. *Дзеркало тижня*, 2013. № 31. С. 23–34.
9. Мейє А. Історичне та загальне мовознавство: монографія. Париж : Колеж де Франс, 1921. 5 с.
10. Пересада А. А. Управління інвестиційним процесом : монографія. Київ, 2002. 472 с.
11. Покропивний С. Ф. Економіка підприємства : монографія. Київ : КНЕУ ім. Вадима Гетьмана, 2001. 328 с.
12. Пристайко Т. С. Лексико-граматичні інновації у сучасних слов'янських мовах : монографія. Дніпропетровськ : ДНУ ім. О. Гончара, 2009. 40 с.
13. Русанівський В.М., Тараненко О.О. Українська мова: енциклопедія. Вид. 2-ге, випр. і допов. Київ, 2000. 56 с.
14. Соссюр Ф. де Курс загальної лінгвістики: монографія. Київ: Основи, 1998. 324 с.
15. Стишов О. А. Динаміка лексичного складу сучасної української мови : монографія. Київ : Авторитет, 2019. 9 с.
16. Харів П. Інноваційна діяльність підприємства та економічна оцінка інноваційних процесів : монографія. Тернопіль : Економічна думка, 2003. 326 с.
17. Черваньов Д. Система інноваційного менеджменту : теорія і практика: монографія. Київ : КНУ ім. Т.Г. Шевченка, 2012. 130 с.
18. Шумпетер Й. Теорія економічного розвитку : монографія. Київ : Києво-Могилянська академія, 2014. 246 с.
19. Яцишина І.В. Розвиток інноваційної культури суспільства: проблеми та перспективи : монографія. Київ : Центр розвитку освіти, науки та інновацій, 2010. 321 с.