

МОТИВАЦІЯ ТЕРМІНА (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛІЙСЬКОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ ГАЛУЗІ МАШИНОБУДУВАННЯ)

О. А. Литвинко

На сучасному етапі спеціалісти різних напрямків наголошують на тому, що почуттєве пізнання має велике значення для всіх видів людської діяльності. Цю проблему досліджують філософи, культурологи та лінгвісти [1:241]. Останні фокусують увагу на термінологічній номінації і зазначають, що вона базується на асоціативних зв'язках і аналогії. Вчені досліджують феномен мотивації в терміносистемах різних галузей [2:92; 3:115; 1:241]. Ми розглянемо процес мотивації термінів у межах субмови машинобудування.

Актуальність даної роботи зумовлена загальною тенденцією в сучасній лінгвістиці до вивчення термінології як системи та визначення її місця в структурі мови. Існує необхідність дослідження термінологічної лексики галузі машинобудування з огляду на недостатнє її вивчення в науковій літературі і відсутність спеціальних ґрунтовних досліджень.

Об'єктом роботи обрано англійську термінологію субмови машинобудування.

Предметом дослідження є феномен мотивації термінів зазначеної галузі.

Мета полягає у вивченні термінологічної мотивації на матеріалі англійської термінології субмови машинобудування.

Матеріалом дослідження слугували спеціальні лексикографічні джерела [4:2005; 5:223].

При розгляданні процесу термінологізації в лінгвістичному плані привертає увагу та обставина, що для номінації спеціального поняття, як правило, не створюються нові мовні знаки, а використовуються наявні у загальній мові одиниці. Використання мовних знаків для передачі термінованих понять через надання їм нового, спеціального значення відбувається саме через мотивацію. Вона являє собою вибір для номінації науково-технічного поняття такого мовного знака, термінологічне значення якого мало б спільні риси з вихідною семою, що надається знакові при термінологізації [2:89].

Мотивація терміноодиниць – питання дискусійне. Деякі лінгвісти визнають недосконалість цього феномена. В.П.Даниленко зазначає: „Мотивованість номінації не завжди відбиває внутрішню логічну структуру поняття і не є орієнтиром для тлумачення терміна” [6:64]. І.В.Яковенко фокусує увагу на розпливчатості мотивації і наводить приклад стосовно мотивованості рослин. На думку дослідника, цікавим є той факт, що такі полярні за оцінкою терміни, як „біс дерево” і „боже дерево” номінують одну рослину. В даному випадку недосконалість мотивації досягає максимуму [1:242]. Інші мовознавці наголошують на тому, що мотивованість – це діючий мовний фактор, який значною мірою зумовлює розвиток і вдосконалення термінології [7:30; 8:130]. На нашу думку, має рацію А.В. Суперанська, стверджуючи, що мотивація допомагає зрозуміти та пояснити фактори первісно незрозумілі, створюючи асоціації за формою, кольором, фактурою, розміром тощо [2:93].

Якщо ми розглянемо терміни з точки зору відображення в їх структурі тих чи інших ознак поняття та значення, то побачимо, що мотивованість у лінгвістиці – це кількість інформації, що містить у собі морфемна структура внутрішньої форми та відбивається у відповідному термінологічному значенні. Мотивованість можна вважати єдиною ланкою між формою та змістом знака [3:115]. Внутрішня форма є неодмінною семантичною характеристикою будь-якого слова. Мотивованість притаманна не кожній лексичній одиниці. Її межі визначаються тією частиною лексичного значення, що актуалізується у внутрішній формі. Семантичні ознаки останньої, що виникли випадково, не розкривають мотивованість слова.

Мотивація носить різноманітний характер у залежності від того, яка з сторін поняття підкреслюється. С. Ульман розрізняє три види мотивованості: 1) фонетичну чи природну (наприклад, для вигуків); 2) морфологічну (її іноді називають морфосемантичною, тому що вона притаманна складним та похідним словам); 3) семантичну (яка враховує семантичні зв'язки між компонентами назви та феномен переусвідомлення) [9:255]. Т.Р. Кияк проводить демаркаційну лінію між мовним і мовленнєвим планами мотивованості [10:36]. У мовленні йдеться про референтну мотивованість. Вона „тісно пов'язана з мовною, оскільки зі всіх потенційних ознак денотата можна знайти принаймні одну ознаку, що є регулярною та що значною мірою детермінує актуальну ознаку” [10:36]. У мовному плані можна виокремити три типи мотивованості: 1) знакову (семіотичну); 2) формальну (словотворчу); 3) змістовну (інтенціональну).

Семіотична мотивованість притаманна всім лексичним одиницям, що функціонують у мові як мовні знаки. Факт існування та вживання слова є достатнім для того, щоб бути мотивованим з цієї точки зору [3:116]. Якщо слово не є мотивованим своєю предметною співвіднесеністю, воно може мати деякі системні характеристики, які є достатніми для того, щоб говорити про його знакову мотивованість.

У формальній мотивованості виділяються два типи: 1) мотивованість за зовнішньою формою – фонетична чи абсолютна; 2) мотивованість за внутрішньою формою, яка може бути морфологічною та семантичною. Морфологічна мотивація визначається перш за все словотворчою моделлю лексичної одиниці, а семантична вказує на співвідношення між словотворчими формами та основою, між повним та первинним значенням. Морфологічна мотивованість корелює з семантичною, характеризуючи структурно-семантичні аспекти словотворчої моделі лексичної одиниці.

Інтенціональна мотивація визначає ступінь відповідності внутрішньої форми лексичному значенню, враховуючи водночас словотворчу структуру та змістовний аспект мовного знака [3:116]. Т. Р. Кияк пропонує наступне визначення змістовної мотивованості: „це структурно-семантична характеристика лексичної одиниці, що експлікує за допомогою мовних засобів раціональний лексико-семантичний зв'язок між значенням та внутрішньою формою даної одиниці” [10:38].

Існують різні підходи до класифікації термінів за ступенем мотивованості. Деякі дослідники розрізняють мотивовані терміни, структура яких відбиває основні відмінні риси поняття; немотивовані терміни, значення яких не можна вивести зі значення терміноелементів, що входять до них, або зовсім не визначається структурою терміна. Крім того, існують частково мотивовані терміни, де тільки частина терміноелемента відбиває ознаки поняття [3:117]. Три типи термінів виокремлює Д.С. Лотте: 1) терміни, що правильно орієнтують (внутрішня форма терміна вказує на істотну ознаку поняття); 2) нейтральні терміни (терміноодиниці, що позбавлені для даного споживача інформації внутрішньої форми); 3) терміни, що неправильно орієнтують (внутрішня форма суперечить значенню терміна). Але дослідник наголошує на тому, що цей критерій не може відігравати вирішальної ролі, оскільки терміну притаманна дефініція, і він займає певне місце у системі [2:89].

Терміни, що функціонують в терміносистемі машинобудування можна класифікувати наступним чином: 1) мотивовані терміни; 2) частково мотивовані терміни; 3) немотивовані терміни.

В зазначеній субмові мотивовані терміни існують завдяки асоціативним зв'язкам, на основі яких реалізуються такі мовні феномени, як метафора, метонімія, перенесення номінації за функцією.

Метафора за своєю суттю є прихованим порівнянням [11:195]. Перенесення номінації за подібністю називається метафоричним (від гр. *metaphora* „переміщення”). Метафорі у науково-технічній літературі притаманна деємоційність [12:90]. При цьому субмові машинобудування властива наявність антропоморфних метафор, що асоціюються з частинами тіла людини. Пор.:

- *eye* „око” (людини) – *impeller eye* „вхідна воронка” (субмова машинобудування);
- *mouth* „рот” (людини) – *mouth* „зів” (субмова машинобудування);
- *knee* „коліно” (людини) – *knee* „коліно (труби)” (субмова машинобудування);
- *finger* „палець” (людини) – *finger* „палець” (субмова машинобудування);
- *neck* „шия” (людини) – *impeller neck* „шийка робочого колеса” (субмова машинобудування);
- *throat* „горло” (людини) – *throat* „западина”; *casing throat* „вхід у дифузор корпусу” (субмова машинобудування);
- *head* „голова” (людини) – *head* „голівка” (субмова машинобудування);
- *nose* „ніс” (людини) – *nose* „виступ” (субмова машинобудування);
- *legs* „ноги” (людини) – *legs* „опори” (субмова машинобудування).

Зустрічаються також похідні терміни від назв одягу та їжі. Пор.:

- *jaket* „жакет” (одяг) – *jaket* „сорочка” (субмова машинобудування);
- *coat* „пальто” (одяг) – *coat* „грунтування” (субмова машинобудування);
- *cap* „кепка” (одяг) – *cap* „кришка” (субмова машинобудування);
- *sleeve* „рукав” (частина одягу) – *sleeve* „рукав, шланг” (субмова машинобудування);
- *collar* „колір” (частина одягу) – *collar* „втулка, хомут” (субмова машинобудування);
- *roll* „рулет” (їжа) – *roll* „рулон”, „валик” (субмова машинобудування);
- *sandwich* „бутерброд” (їжа) – *sandwich* „багатошаровий” (субмова машинобудування).

У терміносистемі субмови машинобудування вживаються також зооніми. Пор.:

- *butterfly* „метелик” – *butterfly valve* „двостулковий клапан” (субмова машинобудування);
- *beak* „дзьоб” (у птахів) – *beak* „зубець” (субмова машинобудування);
- *feather* „перо” (у птахів) – *feather* „призматична шпонка” (субмова машинобудування);
- *wing* „крило” (у птахів) – *wing* „крило” (субмова машинобудування);
- *cock* „півень” – *cocks* „конічні вентилі” (субмова машинобудування).

Наявність в субмові машинобудування антропоморфних метафор, похідних терміноодиниць від назв одягу та їжі і зоонімів пояснюється етимологічними витоками. З давніх часів людина досліджувала нові предмети, порівнюючи їх з власним тілом. Це дало різним народам такі універсальні міри довжини, як фут, лікоть, дюйм. Тварини та одяг теж слугували джерелом для порівняння [2:92-93]. Так, термін машинобудування *crane* „підйомний кран” одержав свою метафоричну номінацію за назвою птаха „журавель”. Тут простежується зовнішня подібність онтологічно різних предметів: стріла крана асоціюється з довгою шиєю журавля.

Метафори у субмові машинобудування допомагають уявити конструкцію технічного пристрою або деталі. Вони конкретизують суттєві ознаки названого поняття, сприяють його осмисленню з боку адресата.

Семантичний зсув за суміжністю називається метонімічним (від гр. *metonymia* „перейменування”) [11:196]. Для терміносистеми галузі машинобудування характерне перенесення назви цілого на частину і навпаки, а також перенесення загальної назви технічного процесу на його складові. Пор.:

- *foot* „ніжка” – *foot* „опорна поверхня”;
- *function* „функція” – *function* „функціональна група”;
- *commutation* „зміна з'єднань в електричних ланцюгах” – *commutation* „перехід струму від одного вентиля до наступного у випрямлячах”;
- *hand* „механічна рука” – *hand* „робітник”.

Перенесенням за функцією вважається таке, за якого абсолютно різні речі виконують однакові чи подібні функції [11:195]. Пор.:

- *pen* „ручка” (слово загальної мови) – *pen* „розмічаюче перо” (субмова машинобудування).

Обидва значення терміна *pen* інтегровані функцією фіксування інформації письмово.

Слово загальної мови *gate* „ворота” та термін субмови машинобудування *gate* „затвор” теж об'єднані спільною функціональною ознакою. Ці пристрої мають за своє призначення впорядковано пропускати щось.

Феномен часткової мотивації існує переважно на ранніх етапах формування терміноодиноць. Вивчаючи нове явище дослідники можуть назвати його за якою-небудь випадковою ознакою. Ця номінація буде існувати до переосмислення феномена, в результаті якого виникне новий термін. Він і буде відбивати місце зазначеного явища в системі наукових понять [2:90].

Часткова мотивація в субмові машинобудування реалізується в синонімічних назвах. Так термін зазначеної галузі *constant discharge pump* „насос з постійними витратами” має дериваційну парадигму: *constant displacement pump, constant flow pump, constant volume pump*. Кожна з наведених терміноодиноць вміщує в собі власне поняття, хоча всі вони семантизують один предмет. Це пояснюється тим, що при номінації предмет характеризували з різних боків в залежності від власних уподобань. Так в санскриті слона називали то двозубим, то наділеним рукою, то тим, що двічі п’є [2:89].

Немотивованим термінам в сучасній лінгвістиці властива синонімічна назва – знакові терміни. До їх складу входять такі номінації, для яких з точки зору синхронії є невідомим мотив їх утворення [6:63]. В субмові машинобудування група немотивованих термінів є незначною. Немотивовані терміноодиноць відзначаються тим, що це майже завжди запозичення з інших мов або терміни-кальки. Зустрічаються також немотивовані терміни, які виникли на основі власних імен шляхом метонімічного перенесення. Наприклад:

- *ampere* „ампер”;
- *volt* „вольт”;
- *hertz* „герц”;
- *watt* „ват”.

За нашим спостереженнями феномен мотивації має велике значення для тлумачення термінів субмови машинобудування. Мотивовані терміни конкретизують суттєві ознаки названого поняття та сприяють його осмисленню з боку адресата.

В перспективі передбачається дослідити співвідношення терміна і номена в терміносистемі зазначеної галузі.

SUMMARY

The present paper deals with the study of term motivation of English sublanguage – mechanical engineering. The author gives the analysis of motivation phenomenon. She identifies the motivation types and gives her own classification of the mechanical engineering terms according to there motivation degree.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Яковенко И.В. Причины мотивации научных и обиходных терминов// Вісник Харківського державного університету. – Вип. 406. – Харків: Константа, 1989. – С. 241-244.
2. Суперанская А.В., Подольская Н.В., Васильева Н.В. Общая терминология. Вопросы теории. – М.: Наука, 1989 – 243с.
3. Олійник І.В. До проблеми мотивованості терміна (на матеріалі англо-французьких відповідностей термінології телекомунікацій)// Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО Київського національного лінгвістичного університету. – Вип. 6. –К.: КНЛУ, 2002. – С. 115-118.
4. Англо-русский словарь по машиностроению и автоматизации производства. – М.: Руссо, 1997. – 1005 с.
5. Краткий иллюстрированный русско-английский словарь по машиностроению. – М.: Русский язык, 1980. – 223 с.
6. Даниленко В.П. Русская терминология. Опыт лингвистического описания. – М.: Наука, 1977. – 245 с.
7. Овчаренко В.М. Структура і семантика науково-технічного терміна. – Харків: Харківський університет, 1968. – 70 с.
8. Лейчик В.М. Люди и слова. – М.: Наука, 1982. – 175 с.
9. Ульман С. Семантические универсали// Новое в лингвистике. – М.: Наука, 1970.
10. Кияк Т.Р. Лингвистические аспекты терминоведения. Учебное пособие. – К., 1989. - 103 с.
11. Кочерган М.П. Вступ до мовознавства – К.: Академія, 2002 –367с.
12. Подолкова С.В. Термінологія як засіб вираження комунікативності в текстах науково-технічної реклами// Філологічні студії. Вип. 2. – Луцьк, 2000. – С. 87.