

*Темнова Э.В.  
ст.преп. кафедры русского языка  
и журналистики МГГЭУ  
saab-7@mail.ru*

## **Терминология и номен: к вопросу о соотношении понятий**

*Аннотация.* В настоящей статье рассмотрены понятия «терминология» и «номен», определяется их содержание и отличительные характеристики.

*Ключевые слова:* термин, язык, номен, товарный знак

*The article examines the terms terminology and nomen. It defines the notions and their distinctive features.*

В современной науке о языке принято понимание терминологии как совокупности терминов определенной отрасли знания, производства, промышленности, а также учение об образовании, составе и функционировании терминов. Предмет общей теории терминологии составляют как изучение формирования и употребления специальных слов, с помощью которых аккумулируются и передаются накопленные человечеством знания, так и совершенствование существующих терминологических систем, поиски универсальных черт, свойственных терминологиям разных областей знания.

Современное состояние автомобильной лексики русского языка свидетельствует о пополнении терминологического, профессионального и жаргонного уровней.

Обратимся к понятию термина. «**Термин** (от лат. terminus – граница, предел) – слово или словосочетание, обозначающее понятие специальной области знания или деятельности» [6]. Термины принадлежат общей лексической системе языка через посредство конкретной терминологической системы, терминологии. К характерным чертам термина относятся: системность, наличие специального определения для термина (дефиниции),

тенденция к однозначности в пределах своего терминологического поля, отсутствие экспрессии, стилистическая нейтральность [7].

Современная жизнь языка связана с возрастающим усложнением науки и техники, их взаимопроникновением, с увеличением влияния общественно-политической ситуации на многие сферы. Знания из отдельных, специфических областей человеческой деятельности приобретают общий интерес [2,5]. Связанные с ними терминологические обозначения закрепляются в языке, употребляясь в различных стилях. Здесь будет уместным упомянуть о проблеме деспециализации терминов. Термины разнообразны по структуре: А) могут быть термины-слова; Б) термины-словосочетания - по происхождению: А) от русских и Б) иноязычных корней (большинство представляют англицизмы), а также образованию. Активным и традиционным является образование терминов путем переноса, метафорического и метонимического [3].

Существует позиция, согласно которой социолингвистика, как научное направление, отделена от непосредственного лингвистического исследования. К примеру, такая проблема, как частичное пересечение терминологии в различных слоях общества (понятие вариативной интерпретации действительности, ВИД). Язык механизмов ВИД требует особого изучения применительно к социолингвистике, а также к логике и философии [1].

Необходимо различать некоторые термины и сходные явления. Есть понятие *узко-специальные* термины – это те, которые используют в основном в специальной литературе, и есть понятие *общеупотребительные* термины – это те, которые используют в повседневной устной речи, рекламе, публицистике.

Необходимо также различать *номены* и *товарные знаки*. «Номены – это нарицательные обозначения единиц, входящих в ведение той или иной науки. Номены отличаются от собственных имен ... тем, что одно название дается всем особям, конституирующим данную единицу, а не каждой особи в

отдельности. ...Товарные знаки, т.е. особые обозначения марок товаров, а также различных видов бытовых услуг, возникли в сфере производства и торговли. По своим лексическим характеристикам они похожи на номены, а также на сортовые и фирменные названия. Их отличие от номенов лежит в сфере их применения. Если номены – это слова, обозначающие предметы, с которыми имеет дело наука и техника, то товарные знаки – это слова, обозначающие предметы, которые поступают к потребителю» [4, 210-211]. И далее: «Теснейшее соединение товарных знаков с предметными признаками товаров – основная черта, не позволяющая причислять их к собственным именам ... Тесная связь товарных знаков с предметами (не как с отдельными единицами, а как с носителями известных свойств) обеспечивает легкость их перехода на правах имен нарицательных в бытовую лексику, а также в различные профязыки (ср. *Чистить зубы поморином; Сшить платье из радуги*)» [4, 212].

Приведем некоторые примеры: кислота – термин; азотная, соляная, серная кислота – номены; легковой автомобиль-термин; *ГАЗ-24, ВАЗ-21011-номены; «Волга», «Жигули», «Запорожец»* – товарные знаки; шоколадная конфета-термин; *«Красная Шапочка», «Кара-Кум», «Мишка косолапый»* – товарные знаки; *ТУ-104, ТУ-134, ТУ-154, ТУ-144* – номены (единого термина для самолетов марки *ТУ* нет, есть профессионализм *тушка*).

Один и тот же товарный знак может обозначать товары, качественно или конструктивно несколько отличающиеся друг от друга: «Жигули» является общим товарным знаком для нескольких моделей. Один и тот же номен может иметь разные товарные знаки: «Жигули» – товарный знак, который использовался для внутреннего рынка, «Лада» – экспортный товарный знак; телевизор «Воронеж» после передачи производства этой модели минскому заводу получил товарный знак «Неман» и т.д.

Номен свидетельствует о видовом значении: *ГАЗ-24* – это название автомобиля с определенными конструктивными особенностями, входящего в серию подобных автомобилей.

В плане языковых функций номен служит для дифференциации объектов, с которыми имеет дело та или иная отрасль науки или техники. Номен близок к термину.

Товарные знаки по функционалу ближе к именам собственным, чем номены, так как в их значении преобладает эмпирический компонент. Так, для подавляющего большинства представителей русскоязычного лингвокультурного сообщества «Кара-Кум» отличается от «Мишки косолапого» вкусом и оберткой; «Волга» от «Жигулей» – внешним видом и т.д.

Таким образом, принято отличать терминологию и номен при наличии определенного сходства, но явном преобладании дифференциации данных дефиниций.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Баранов А.Н., Паршин П.Б. Языковые механизмы вариативной интерпретации действительности как средство воздействия на сознание // Роль языка в средствах массовой коммуникации. – М., 1986. – С. 101-124.
2. Костомаров В.Г. Наш язык в действии: Очерки современной русской стилистики. – М., 2005.
3. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем // Язык и моделирование социального взаимодействия. – М., 1987. – С. 128-159.
4. Суперанская А.В., Подольская Н.В., Васильева Н.В. Общая терминология: вопросы теории. – М., 1989. – С. 209-212.
5. Русский язык. Энциклопедия / Под ред. Ю. Н. Караулова. – М., 2003. – С. 556.
6. Шелов С.Д. Теория терминоведения и терминологическая лексикография: соотношение в терминологической базе знаний // Scripta linguisticae applicatae. Проблемы прикладной

лингвистики. Вып. 2. Сборник статей / Отв. ред. Н.В.  
Васильева. – М., 2004. – С. 20-42.