

УДК 811.161.2'276.6: 005.1

DOI <https://doi.org/10.32782/2522-4077-2024-210-25>

ЗАПОЗИЧЕННЯ ТА ЇХНІ ТИПИ В УКРАЇНСЬКІЙ ТЕРМІНОЛОГІЇ МЕНЕДЖМЕНТУ

LOANWORDS AND THEIR TYPES IN THE UKRAINIAN TERMINOLOGY OF MANAGEMENT

Краснопольська Н.Л.,
orcid.org/0000-0003-3524-1704

кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри бізнес-лінгвістики

Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана

У статті розглянуто основні види лексичних запозичень в українській термінології менеджменту: інтернаціоналізм, екзотизм, іншомовні вкраплення, варваризм, кальку. Установлено, що інтернаціоналізми становлять значний прошарок у термінології менеджменту. З'ясовано, що від автохтонних українських термінів, що позначають відповідні поняття означеної галузі, їх відрізняє більша точність, конкретність, однозначність та висока словотвірна активність, що збагачує досліджувану терміносистему й розширює її функційні можливості. Виявлено, що інтернаціональні терміни здатні до семантичної модифікації. Розглянуто поняття «варваризм» та характерні ознаки цього мовного явища, виокремлено з-поміж них англоамериканізми, названо основні причини їхнього проникнення в економічну комунікацію та активного вживання в субмові менеджменту. Проаналізовано професійні імена-варваризми та гібридні утворення, у яких лише одна з частин належить до варваризму. Зроблено висновок, що невинуваті запозичення, не маючи належних вагомих підстав для свого закріплення в українській мові, перешкоджають гармонійному розвитку галузевих терміносистем. Розкрито поняття екзотизму, розглянуто характерні ознаки цього мовного явища та основні причини його проникнення у фахову комунікацію. Розглянуто іншомовні вкраплення, наявність яких у науковій літературі з економіки свідчить про когнітивні лакуни в українській термінології менеджменту. Досліджено процес калькування як один із продуктивних способів формування термінології менеджменту сучасної української мови. Звернено увагу на те, що калькування – більш осмислений спосіб збагачення термінології, ніж сліпе запозичення. Виокремлено словотвірні, семантичні та фразеологічні кальки. У статті проілюстровані інтернаціоналізми, варваризми, екзотизми, іншомовні вкраплення та кальки на прикладах лексем метамови менеджменту.

Ключові слова: термін, термінологія менеджменту, інтернаціоналізм, варваризм, екзотизм, калька.

The article examines the main types of lexical loanwords in the Ukrainian terminology of management: internationalism, exoticism, foreign language inclusions, barbarism, calque. It has been established that internationalisms constitute a significant layer in the terminology of management. It has been found out that from autochthonous Ukrainian terms denoting the relevant concepts of the specified field, they are distinguished by greater accuracy, specificity, ambiguity and high word-forming activity, which enriches the terminological system under study and expands its functional capabilities. It has been revealed that international terms are capable of semantic modification. The concept of «barbarism» and the characteristic features of this linguistic phenomenon have been studied, Anglo-Americanisms have been singled out from among them, the main reasons for their pervasion into economic communication and their active use in the sublanguage of management have been named. Professional names-barbarisms and hybrid formations, in which only one of the parts belongs to barbarism, have been analyzed. It has been concluded that unjustified loanwords, not having proper valid reasons for their consolidation in the Ukrainian language, hinder the harmonious development of industry terminology systems. The concept of exoticism is revealed, the characteristic features of this linguistic phenomenon and the main reasons for its pervasion into professional communication are considered. Foreign language interspersions, the presence of which in the scientific literature on economics indicate cognitive gaps in the Ukrainian terminology of management, are considered. The calquing process is studied as one of the productive ways of forming the terminology of management in the modern Ukrainian language. Attention is drawn to the fact that calquing is a more meaningful way of enriching terminology than blind borrowing. Word-forming, semantic and phraseological calques have been singled out. The article illustrates internationalisms, barbarisms, exoticisms, foreign language inclusions and calques on the examples of lexemes of the management metalanguage.

Key words: term, terminology of management, internationalism, barbarism, exoticism, calque.

Постановка проблеми. Визначальними рисами сучасної цивілізації є всесвітня економічна, культурна інтеграція та міжкультурна комунікація, що супроводжуються інтенсивними процесами мовних запозичень. В умовах глобалізаційних процесів використання іншомовної лексики стає чинником, що, з одного боку, сприяє встановленню міжмовних контактів та зближенню з реаліями й культурними світами інших етнічних спільнот, а з іншого – допомагає усвідомленню та культивуванню власної національної ідентичності [1, с. 4].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Водночас зі зростанням кількості запозичень збільшується й науковий інтерес до їхнього вивчення. Іншомовні лексеми в різноманітних терміносистемах, зокрема економічній, викликають неабияке зацікавлення лінгвістів. Англіцизми в українській мікроекономічній термінології досліджує А. Олійник [2]; О. Ковальчук, Д. Романчук аналізують процес формування іншомовних запозичень в українській економічній лексиці [3]; С. Стецюк розглядає англійські запозичення у фінансово-економічній термінології [4]; О.С. Дьолог, І.М. Ходарева простежують місце і роль запозичень у сучасній українській економічній термінології [5]; Л.М. Архипенко й П.В. Мельник студіюють іншомовну неолоксику в економічному дискурсі [6]. Однак інтенсивне поповнення лексикону економічної сфери української мови, зокрема метамови менеджменту, новітніми запозиченнями потребує постійного дослідження, що й зумовлює актуальність нашої розвідки.

Мета статті полягає в дослідженні запозичень та їхніх типів в українській термінології менеджменту.

Виклад основного матеріалу. Наприкінці ХХ – на поч. ХХІ ст. в українській термінології менеджменту з'явилося чимало іншомовних лексем. Це «наслідок колосальних темпів запозичення українською мовою слів здебільшого з англійської мови – власних назв (компаній, організацій, закладів), термінів на позначення економічних, суспільно-політичних процесів, слів зі сфери комп'ютерних технологій тощо» [7, с. 124]. Виникає низка проблем для функціонування подібних мовних знаків: трансформація власними мовними ресурсами, адаптація, кодифікація, вимова.

У сучасному мовознавстві немає єдиної класифікації запозичень. Залежно від характеру запозичень у термінології менеджменту розрізняємо **інтернаціоналізми, варваризми, іншомовні вкраплення, екзотизми й кальки**. Розглянемо кожне з наведених понять.

Значну частину лексем у терміносистемі менеджменту становлять інтернаціоналізми. Від звичайних запозичень інтернаціоналізми відрізняє насамперед те, що запозичується не тільки зовнішня, а й внутрішня форма. Інтернаціоналізація терміносистем, за спостереженнями І. Кочан, особливо чітко простежується в молодих наукових галузях. «Описуючи сучасний стан будь-якої галузі знань, досліджуючи терміносистеми чи групи термінів, науковці, зазвичай, звертаються до історії науки, до слів грецької, латинської мов, оскільки будь-яка, у тому числі найсучасніша, теорія ґрунтується на багатовікових традиціях» [8, с. 12]. Крім того, «греко-латинські морфеми, які лежать в основі міжнародних терміноелементів, – зазначає далі дослідниця, – відповідають вимогам точності, короткості й однозначності терміна» [8, с. 13].

В українську мову латинські й грецькі терміни проникали різними шляхами: 1) безпосередньо з класичних мов; 2) за посередництвом романо-германських мов; 3) за посередництвом слов'янських (польської чи російської). Більшість терміноодиниць менеджменту греко-латинського походження потрапила до української мови через романо-германські мови: *директор* (фр. *directeur* від лат. *dirigo*), *директива* (фр. *directive* від с.-лат. *directives*), *патерналізм* (фр. *paternalisme* від лат. *paternus*).

Як засвідчують термінологічні джерела, усі міжнародні лексеми менеджменту можна поділити на дві групи: ті, які увійшли в нашу мову без особливих змін (лише в українській транслітерації) (*директор, компетенція, політика, президент*), і такі, що пристосувалися в нашій мові, отримали національну афіксацію (*адміністрування, директивний*).

Запозичена лексема, закріпившись у терміносистемі, зазвичай під її впливом набуває більшої здатності до семантичної модифікації, ніж питома. Учені пояснюють це явище «незрозумілістю внутрішньої форми, а звідси – відсутністю маркованості та певних натяків чи асоціацій у більшості іншомовних лексем, переважно їхньою однозначністю і термінологічністю, що дає змогу семантично і стилістично модифікувати їхній зміст» [9, с. 337].

Аналіз різноманітних внутрішніх змін міжнародних лексем сфери менеджменту уможливорює висновок про їхню здатність еволюціонувати під час функціонування. У XV–XVIII ст. лексема *інстанція* (лат. *instantia* – безпосередня близькість) уживалася лише на позначення ‘запрошення до суду’ (ТМ, т. I, с. 350), у сучасному українському словнику вона позначає ‘кожну з послідовних ланок у системі підпорядкованих один одному органів управління’ (СІС, с. 473).

На відміну від питомих українських термінів на позначення відповідних понять менеджменту, міжнародним лексемам більшою мірою властиві такі характерні ознаки, як точність, конкретність, однозначність, при цьому вони виявляють і високу словотвірну активність. На основі багатьох запозичень у досліджуваній термінології формуються термінотворчі гнізда. Напр., термін *адміністратор* є основою творення похідних: *адміністраторський*, *адміністративний*, *адміністративно*, *адміністрація*, *адмініструвати*, *адміністрування*. Міжнародні термінологічні назви менеджменту стають базовими у творенні аналітичних конструкцій, напр.: *директор* – *д. генеральний*, *д. виконавчий*, *д. комерційний*, *д. фінансовий*, *д. з персоналу*, *д. департаменту*. Тобто ці слова стають родовими термінами для низки видових. Наведені приклади засвідчують досить високу словотвірну активність міжнародних термінів [10].

У сучасних мовознавчих студіях, присвячених аналізу лексичних запозичень, термін «варваризм» загалом трактують однаково. Так, варваризм – це «новозапозичені терміни, що їх мовці сприймають як чужинні елементи з різних причин: або вони суперечать орфоепічним особливостям української мови, або не підпорядковуються граматичним нормам літературної мови, або не мають належних вагомих підстав для свого закріплення в мові-реципієнті, або ж через нетривалий період існування в українській мові ще не стали звичними» [11, с. 56]. Ознаками варваризму є: 1) незасвоєність (графічна, граматична); 2) позасистемність; 3) іншомовна графіка; 4) семантична несамостійність; 5) відсутність у словниках; 6) низька частотність вживання [12, с. 57].

У сучасних умовах проблема адаптації варваризмів постає особливо гостро через інтенсивне проникнення в літературну українську мову численних англоамериканізмів. «Галуззю, на частку якої припадає найбільша кількість англіцизмів, звичайно ж, стає економіка й пов’язана з нею економічна комунікація. Це зумовлено розвитком міжнародних економічних зв’язків, глобалізацією економіки, запозиченням західних передових технологій і підвищенням ролі англійської мови як засобу міжнаціонального спілкування» [6, с. 16]. Однак дуже часто «деякі вчені, чи то хизуючись своїм знанням англійської мови, чи то не бажаючи докласти певних зусиль для пошуку придатної власномовної лексеми, використовують англійські варваризми, посилаючись на відсутність в українському словнику слова з аналогічним значенням» [11, с. 57], напр.: *хендз он* – ‘відхід від пасивного управління і безконтрольного надання коштів до активної участі в управлінні’ (ЕЕ, т. III, с. 869); *секондмент* – ‘тимчасове переведення співробітника в інший відділ організації або в іншу організацію’ (НСЗ, с. 226). Та проблема, звісно ж, не у бракові словотвірних можливостей української мови. Засилля англізмів в українській мові спричинили найбільшою мірою психолого-ментальні особливості сучасного українського суспільства, низький рівень мовно-екологічної культури українців [11, с. 57]. Подібної думки дотримується П. Селігей: «Якщо раніше своєрідності української наукової мови найбільше вадили політичні перешкоди й заборони, то сьогодні на заваді стоїть якась упереджена, зашкарубла невіра мовної спільноти в її творчі можливості» [13, с. 27].

Серед таких запозичених одиниць багато складних гібридних утворень, у яких лише одна з частин належить до варваризму: *SWOT-аналіз*, *матриця SWOT-аналізу* (від перших літер англійських слів *strengths* – сильні сторони, *weakness* – слабкі сторони, *opportunities* – можли-

вості, threats – загрози), *PEST-аналіз*, *ABC-аналіз*, *RFID-технології*. В основному це різноманітні аббревіатури.

З-поміж англоамериканізмів у термінології менеджменту виокремлюємо професійні імена-варваризми: *бренд-менеджер*, *лідменеджер*, *офіс-менеджер*, *піар-менеджер*, *топменеджер*, *ейчарменеджер* та подібні. Погоджуючись з думкою О.С. Дьолог й І.М. Ходаревою, зазначимо, що «тенденція до утворення таких «штучних» термінів-назв пов'язана з модою та естетичними смаками людей, що послуговуються цією групою лексики, оскільки засоби масової інформації, комп'ютерні технології користуються цими термінами, не розраховуючи на високу мовну культуру споживачів (більшість бізнесменів – це люди віком від 25 до 40)» [5, с. 292]. Цей процес упродовж останніх десятиліть має стійку тенденцію до прискорення. Однак варто пам'ятати, що невинуваті запозичення, порушуючи також вимогу органічності, згубно впливають на розвиток національної мови, у тому числі і в межах термінології [14, с. 107].

Менш поширеними в українській термінології менеджменту є **іншомовні вкраплення**, які побутують у мові як різнобарвна мозаїка мовлення чи, інколи, як «заблукалий чужинець» [15, с. 117]. Іншомовні вкраплення – це слова або висловлювання на чужій для оригінального тексту мові, в іншомовному їх написанні, або транскрибовані без морфологічних або синтаксичних змін [16, с. 62]. Зазвичай у спеціальній літературі їх передають засобами мовиджерела: *R&D*, *grape vine*, *country manager*, *engagemens*. Наприклад: *Ризики, що виникають у процесі реалізації стратегії M&A, пов'язані з неотриманням потенційних вигод від злиття внаслідок допущених адміністративних прорахунків*. *Заможним клієнтам також можуть надати послугу lifestyle-менеджмент* (з інтернету). Наявність іншомовних вкраплень у науковій літературі з менеджменту свідчить перш за все про когнітивні лакуни в українській термінології менеджменту, коли запозиченому поняттю немає смислової відповідності й, відповідно, терміна.

В українській терміносистемі менеджменту засвідчуємо **екзотизми**. Так, екзотизм – слово або вислів, запозичені з маловідомої, найчастіше несвропейської мови і вживані для надання мові особливого колориту. Потрапляючи до мови-реципієнта, вони зазвичай засвоюються граматично, фонетично і графічно, але зберігають національні мовні риси і функціонують як позначення унікальних явищ [1, с. 170].

На думку дослідників, основними мовними рисами екзотизмів є: 1) вузька сфера вживання: екзотична лексика використовується у перекладній літературі, у перекладних текстах, в книжкових стилях, і майже не вживається у розмовній мові; 2) слабка, практично нульова словотворча продуктивність, відсутність дериватів у переважній більшості екзотичних слів; 3) нездатність екзотичного слова до семантичного варіювання, тобто до розвитку полісемії, відтінків значення лексичної одиниці, появи у слова лексико-семантичних варіантів; 4) низька сполучуваність, тобто обмежені синтагматичні зв'язки, а також послаблені парадигматичні зв'язки, про що свідчить відсутність у слів-екзотизмів синонімів та антонімів [1, с. 51–52].

Ілюстрацією вживання екзотизмів у досліджуваній терміносистемі є терміни на позначення реалій японського менеджменту, модель якого вивчають і впроваджують в економічно розвинених країнах, зокрема й в Україні. Такі номінації зазвичай супроводжуються коментарями, що вказують на їхнє походження. Наприклад, *На підприємстві керівників висувають зі складу “канрися” після того, як працівники набувають досвіду оперативного управління... Норми “он” регулюють відносини по вертикалі... Японці сприймають соціальний світ, поділений на чіткі структури: “семпай” (старші), “кохай” (молоді) і “дорьо” (колеги), люди рівні за рангом... На японських підприємствах культивується принцип “ва” – гармонії в усьому...* (ЕЕ, т. II, с. 316).

Окремі поняття японського менеджменту вийшли за межі Японії і стали вживатися в багатьох країнах світу, внаслідок чого терміни на їхнє графічне позначення перестали бути екзотизмами. Такі терміни зафіксовані в тлумачних словниках як матеріальні запозичення або скальковані.

Творення нових термінів на основі **калькування** є одним із найпродуктивніших способів. Калькування – більш осмислений спосіб збагачення термінології, ніж сліпе запозичення. «Кальки точніше передають сенс оригіналу, а головне – краще вписуються в лексичний і словотвірний рівні мови» [13, с. 27]. Практика калькування іншомовної лексики, зокрема термінології, за використання питомих словотвірних моделей, властива багатьом мовам світу в різні періоди їхнього розвитку. Сьогодні, в умовах глобалізації, калькування є засобом протидії англомовному тиску. За наявності власних лексичних ресурсів нове поняття чи термін залишається новим за змістом, але звичним за формою [17, с. 236].

О. Селіванова виокремлює словотвірні, семантичні, словотвірно-синтаксичні, синтаксичні, фразеологічні кальки. Якщо калькування часткове, тобто одна з частин слова залишається у вигляді елемента мови, з якої відбувається запозичення, то такі новотвори, як відомо, називаються напівкальками [18, с. 219]. А. Загнітко виділяє лексичні (структурно-семантичні, словотвірні, семантичні), фразеологічні та синтаксичні кальки [19, т. 2, с. 10]. Однак більшість мовознавців виокремлює три види калькування: 1) словотвірне, за якого запозичується структура іншомовної одиниці, на ґрунті якої будується слово з відповідних елементів мови-реципієнта, наприклад: терміни *х-неефективність/ікс-неефективність* (*x-inefficiency*); *самоуправління / самоменеджмент /самоврядування/аутогенний менеджмент* (*self-management*); 2) семантичне (сислове), за якого в національного слова з'являється значення, яке має відповідне іншомовне слово. Семантичні кальки – це найчастіше метафори, причому метафоричне перенесення назви загальноживаної мови на спеціальне поняття на основі схожості диференційних ознак цих понять відбувається в іншій мові, в іншій термінологічній підсистемі: *білі комірці* – англ. *white-collar workers*, *сині комірці* – англ. *blue-collar workers*, «*ведмежі обійми*» – англ. *bear hug*; 3) фразеологічне, за якого відбувається послівний переклад іншомовних стійких словосполучень, наприклад: *скляна стеля* (*glass ceiling*) – ‘система поглядів у суспільстві, згідно з якою жінки не повинні допускатися до вищих керівних посад’ [20].

Висновки. Отже, основними видами лексичних запозичень у сучасній українській термінології менеджменту є інтернаціоналізм, варваризм, екзотизм і калька. Інтернаціональну лексику відрізняє більша точність, конкретність, однозначність та досить висока словотвірна активність, що, безумовно, збагачує досліджувану терміносистему й розширює її функційні можливості. Варваризми, не маючи належних вагомих підстав для свого закріплення в українській мові, перешкоджають гармонійному розвитку галузевих терміносистем. Калькування є досить продуктивним способом словотвору в сучасній українській мові й відіграє значну роль у формуванні нових термінів у термінології менеджменту. Зважаючи на динаміку інновацій, перспективним для себе вбачаємо випрацювання пропозицій щодо адаптації новітніх запозичень в субмові менеджменту, пошук розумного балансу між національним та інтернаціональним для ефективної галузевої комунікації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Головач Т.М. Екзотизми як маркери міжкультурної комунікації (на матеріалі сучасних англомовних медіатекстів). дис... канд. філол. наук.: 10.02.04. Львів, 2016. С. 239.
2. Олійник А. Роль запозичень-англіцизмів у розвитку сучасної української мікроекономічної термінології : автореф. дис. канд. філол. наук. Київ, 2002. 20 с.
3. Ковальчук О., Романчук Д. Розвиток іншомовних запозичень в українській економічній лексиці. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія «Філологія». 2013. Вип. 37. С. 149–151.
4. Стецюк С. Англомовні запозичення в українській фінансово-економічній термінології. *Проблеми української термінології* : збірник наукових праць учасників XII Міжнародної наукової конференції «Проблеми української термінології СловоСвіт 2012», Львів, 27–29 вересня 2012 р. Львів : Вид-во Львівської політехніки, 2012. С. 52–54.

5. Дьолог О. С., Ходарева І.М. Місце і роль запозичень у сучасній українській економічній термінології. *Економічний розвиток і спадщина Семена Кузнеця: матеріали V науково-практ. конф.*, 26-27 лист. 2020 р. : тези допов. Одеса: Вид. дім «Гельветика», 2020. С. 290–292.
6. Архипенко Л.М., Мельник П.В. Іншомовна неолексика в економічному дискурсі. *Scientifik developments of European countries the area of philological researches: collective monograph. Part 1.* Wloclawek, Poland. 2020. С. 15–32.
7. Чемеркін С. Чи потрібні нам латинські літери? *Культура слова*. Київ : Видавничий дім Дмитра Бураго, Вип. 74, 2011. С. 121–124.
8. Кочан І.М. Українська наукова лексика: міжнародні компоненти в термінології: навч. посіб. Київ: Знання, 2013. 294 с.
9. Стишов О. Українська лексика кінця ХХ століття (на матеріалі засобів масової інформації). Київ : КНЛУ, 2003. 388 с.
10. Козловська Л.С., Краснопольська Н.Л. Інтернаціоналізми в українській термінології менеджменту. *Культура слова* : зб. наук. пр./ Нац. акад. наук України. Київ, 2020. Вип. 92. С. 216–229.
11. Куньч З. Питоме й запозичене в термінології: проблема балансу. *Теорія терміна: конкретизація лексико-семантичних парадигм* [Текст] : монографія / [Куньч З. Й. та ін.] ; Нац. ун-т «Львів. Політехніка». Львів. 2018. С. 38–66.
12. Гуменюк Т.І. Запозичення та їхні типи в сучасній українській телевізійній фаховій мові. *Наукові записки НаУКМА. Філол. науки*. 2014. Т. 164. С. 55–59.
13. Селігей П. Питоме і чуже в термінології: гармонія чи конфлікт? *Вісник Національної академії наук України*. 2007. № 9. С. 20–28.
14. Вакуленко М.О. Синтез дескриптивного та прескриптивного підходів у сучасній кодифікації українського наукового термінолексикону: дис... докт. філол. наук: 10.02.02. К., 2020. 432 с.
15. Ткачівська М.Р. Іншомовні вкраплення та їх відтворення в німецькомовних перекладах. *Одеський лінгвістичний вісник*. № 9, том 3. 2017. С. 117–123.
16. Гринько О. С. Іншомовні вкраплення: до проблеми функціонування та перекладу. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологія»*. Острог: Вид-во НаУОА, 2020. Вип. 10 (78). С. 62–65.
17. Клименко Н.Ф., Карпіловська Є.А., Кислюк Л.П. Динамічні процеси в сучасному лексиконі: монографія. К.: Видавн. дім Дмитра Бураго, 2008. 336 с.
18. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. Полтава : Довкілля-К, 2006. 718 с.
19. Загнітко А. П. Словник сучасної лінгвістики: поняття і терміни: у 4 т. / А. П. Загнітко. Донецьк: ДонНУ, 2012. Т. 1. 402 с.; Т. 2. 350 с.; Т. 3. 426 с.; Т. 4. 388 с.
20. Краснопольська Н. Запозичення в українській термінології менеджменту [Електронний ресурс] / *Лінгвосвіт сучасної фахової комунікації*: монографія / Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана; [Колеснікова І., Краснопольська Н., Малевич Л. [та ін.] ; упоряд. Л. Козловська]. Київ : КНЕУ, 2022. С. 38–68.

Список умовних скорочень:

- ЕЕ – Економічна енциклопедія : У 3 т. / Ред. кол. С.В. Мочерний та ін. Київ: Вид. центр «Академія», 2000.
- НСЗ – Нові слова та значення : словник / Ін-т укр. мови НАН України; укл. : Л. В.Туровська, Л. М. Василькова. К. : Довіра, 2008. 271 с.
- СІС – Словник іншомовних слів / Уклад. Л. О. Пустовіт та ін. К. : Довіра, 2000. 1018 с.
- ТМ – Тимченко Є. Матеріали до словника писемної та книжної української мови XV–XVIII ст. : У 2 кн. / Упор.: В. В. Німчук, Г. І. Лиса. НАН України, Українська вільна академія наук у США. Київ–Нью-Йорк, 2002.