

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ  
КАФЕДРА АНГЛІЙСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ**

**Кваліфікаційна робота  
магістра**

на тему **ШЛЯХИ І СПОСОБИ ТВОРЕННЯ АНГЛІЙСЬКОМОВНОЇ  
ЛЕКСИКИ ГАЛУЗІ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ**

Виконала: студентка 2 курсу,  
групи 8.0359-1 а-з  
спеціалізації 035.041 Германські мови  
та літератури (переклад включно),  
перша – англійська  
спеціальності 035 Філологія  
освітньо-професійної програми  
Мова і література (англійська)  
**Гончарова Катерина Василівна**

Керівник д.ф.н., проф. Єнікєєва С.М.  
Рецензент к.ф.н., доц. Веремчук Е.О.



## 5. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи (проекту)

Розділ	Прізвище ініціали та посада консультанта	Підпис дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Вступ	д.ф.н., проф. Єнікєєва С.М	05.05.2020	05.05.2020
Розділ 1	д.ф.н., проф. Єнікєєва С.М	15.06.2020	15.06.2020
Розділ 2	д.ф.н., проф. Єнікєєва С.М	05.09.2020	05.09.2020
Висновки	д.ф.н., проф. Єнікєєва С.М	15.10.2020	15.10.2020

6. Дата видачі завдання 05.05.2020 р.

## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи магістра	Строк виконання етапів роботи (проекту)	Примітка
1	Пошук наукових джерел з теми дослідження, їх аналіз	травень 2020	виконано
2	Добір фактичного матеріалу	травень 2020	виконано
3	Написання вступу	червень 2020	виконано
4	Написання теретичного розділу	червень 2020	виконано
5	Написання практичного розділу	серпень 2020	виконано
6	Формулювання висновків	серпень 2020	виконано
7	Проходження нормоконтролю	жовтень 2020	виконано
8	Одержання відгуку та рецензії	листопад 2020	виконано
9	Захист	грудень 2020	виконано

**Автор роботи несе персональну відповідальність за відсутність в роботі несанкціонованих текстових запозичень (академічного плагіату)**

**Магістрант**

\_\_\_\_\_  
(підпис)

К. В. Гончарова  
(ініціали та прізвище)

**Керівник роботи**

\_\_\_\_\_  
(підпис)

С. М. Єнікєєва  
(ініціали та прізвище)

**Нормоконтроль пройдено**

Нормоконтролер

\_\_\_\_\_  
(підпис)

В. А. Бережний  
(ініціали та прізвище)

## РЕФЕРАТ

Дипломна робота – 41стор., 53 джерела, 1 додаток.

**Об'єкт дослідження:** нова лексика у галузі електронної торгівлі.

**Мета роботи:** визначення шляхів та способів утворення лексики сфери електронної торгівлі.

**Теоретико-методологічні засади:** ключові положення теорії дискурсу, розроблені в лінгвістиці (Д. Алексєєв, Ю. Зацний, А. Береза, Т. Куренкова та ін.).

**Отримані результати:** серед досліджуваних лексичних одиниць простежується поєднання термінів комп'ютерної сфери та сфери торгівлі. Розвиток електронної торгівлі сприяє появі нової лексики, що обслуговує цю царину взаємин людей: продавців і покупців. Цю лексику наповнюють комп'ютерні, економічні, банківські, комерційні терміни, розмовна лексика тощо. Такі інновації, семантичні та лексико-фразеологічні віддзеркалюють різнобічні сфери соціального життя, які знаходяться під впливом всеохоплюючої мережі Інтернет та відображають позитивні, і не тільки, наслідки такого впливу. Прослідкували способи створених численних неологізмів пов'язаних зі сферою електронної торгівлі та явище «синонімічної поліномінації».

З'ясовано, що лексика електронної торгівлі утворюються шляхом зміни значення вже існуючих слів, аббревіації, афіксації або з'єднання основ двох і більше вже існуючих слів, а також формування цієї лексики є запозичення із інших мов. Не всі способи використовуються в однаковій мірі, і словотвірна вага кожного з них неоднакова у процесах формування нової лексики.

**Ключові слова:** *електронна торгівля, неологізм, Інтернет, афіксація, аббревіації*

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ НОВОЇ ЛЕКСИКИ СФЕРИ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ.....	6
1.1 Розвиток комп'ютерних технологій та їхній вплив на життя англomовного суспільства.....	6
1.2 Шляхи та способи утворення нової лексики.....	12
РОЗДІЛ 2 ЛЕКСИКО-МОРФОЛОГІЧНІ СПОСОБИ УТВОРЕННЯ АНГЛІЙСЬКОМОВНОЇ ЛЕКСИКИ СФЕРИ ЕЛЕКТОРОННОЇ ТОРГІВЛІ .....	17
2.1 Лексико-семантичний спосіб утворення лексики електронної торгівлі .....	17
2.2 Морфологічні засоби створення лексики електронної торгівлі .....	22
2.3 Запозичення як джерело розвитку і інтернаціоналізації лексики сфери електронної торгівлі .....	28
ВИСНОВКИ.....	39
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	42
ДОДАТОК А.....	48

## ВСТУП

Кінець ХХ століття відомий своїм науковим прогресом, появою і активним впровадженням у життя нових технологій. На тлі постійного розвитку і вдосконалення техніки англійська мова також зазнала значних змін, такі як утворення комп'ютерної лексики за тими самим мовними моделями, шляхом запозичення і шляхом розвитку нових значень у старих слів. Активна комп'ютеризація суспільства в англійськомовних країнах почалась з 1980-х років. Поряд з комп'ютеризацією відбувається розвиток і збагачення словникового складу англійської мови, укладення нової термінології.

Комп'ютер став засобом інформації, комунікації, розваги, торгівлі. Активне впровадження інформаційних технологій в усі сфери життя англійського суспільства сприяв формуванню нових галузей науки, техніки, економіки культури тощо. Для обслуговування цих нових галузей було створено відповідні термінологічні системи.

Спочатку комп'ютерна термінологія була лексикою вузькоспеціальною, пов'язаною з обчислювальною технікою і інформатикою. За останні десятки років частина комп'ютерної лексики частково зазнала детермінологізації, збагативши побутове мовлення, а також значно збільшилася в обсязі. Все більш значне місце у сучасних словниках нових слів і значень англійської мови займають лексичні одиниці, що належать до лексики комп'ютерної торгівлі.

Теоретичну та практичну значимість проблеми наукового обґрунтування подальшого розвитку світового електронного бізнесу в умовах сучасної глобальної нестабільності важко переоцінити. Адже мова йде про якісно нові трансформаційні тенденції розвитку міжнародної електронної економічної діяльності [Зацний 2001, с. 10–14], яка має високий потенціал для зростання, практично безмежні можливості для суттєвих електронних

інновацій та цифрових технологій, а також прямий і безпосередній її вплив на розвиток національної та глобальної економіки, що спричиняє формування нового лексикону в англійській мові.

**Актуальність** цього дослідження обумовлене лінгвістичними і екстралінгвістичними факторами. Комп'ютерні технології та виникнення всесвітньої комп'ютерної мережі Інтернет поклали початок нової епохи в системі спілкування в усіх сферах діяльності англійськомовного суспільства, зокрема торгівлі. У зв'язку з цим виникла необхідність глибокого і всебічного вивчення шляхів і способів утворення лексики сфери електронної торгівлі.

Теоретичний матеріал даного дослідження охоплює період з кінця ХХ ст. і до новітнього часу та ґрунтується на працях Алексєєва К. І., Володіна М. Н., Гриньова С. В., Канделакі Т. Л., Комлева І. Л., Лотте Д. С., Мельникова Г. П., Реформатського А.А., Суперанської А.В., Шиппан Т., Н. Elsen, D. Herberg, M. Kinne, D. Steffens тощо.

**Об'єкт дослідження:** англomовна лексика комп'ютерної торгівлі.

**Предметом дослідження** є шляхи і способи творення англomовної лексики сфери комп'ютерної торгівлі.

**Метою дослідження** є виявлення шляхів і способи утворення англomовної лексики сфери електронної торгівлі.

Досягненню мети сприяє вирішення наступних **завдань**:

– з'ясувати особливості розвитку комп'ютерних технологій та висвітлити їхній вплив на життя англomовного суспільства;

– охарактеризувати шляхи та способи утворення нової лексики в сучасній англійській мові;

– розкрити роль лексико-семантичного способу утворення лексики сфери електронної торгівлі;

– окреслити морфологічні засоби створення лексики (афіксація, конверсія, словоскладання, аббревіація) в сучасній англійській мові;

– охарактеризувати запозичення різних видів у лексиці сфери електронної торгівлі.

**Методи і прийоми:**

- метод наукового опису для визначення результатів дослідження;
- методи і прийоми лінгвістичного аналізу з метою розділення досліджуваного на частини і визначення походження;
- метод дефініції застосований для систематизування отриманих даних і їх упорядкування;
- метод тлумачення допоміг встановити сенс (зміст) комп'ютерної лексики.

**Матеріалом дослідження** послужили більше 100 прикладів торгівельно-економічної та комп'ютерної лексики англійської мови (словник “Microsoft computer dictionary fifth edition by Microsoft Press”, «Англо-російський тлумачний словник комп'ютерних термінів» під ред. Колісниченко Д. Н., відкриті джерела Інтернету, Словник неологізмів Зацного Ю. А.).

**Наукова новизна** роботи полягає у комплексному розгляді структурних і словотворчих особливостей англомовної лексики комп'ютерної торгівлі.

**Практична значимість** роботи полягає у тому, що її результати можуть бути використані студентами лінгвістичних вишів з метою поглибленого вивчення структури англомовної лексики комп'ютерної торгівлі.

**Структура роботи.** Робота складається із вступу, двох розділів, висновків до кожного з них, загальних висновків, списку використаної літератури.



# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ НОВОЇ ЛЕКСИКИ СФЕРИ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ

1.1 Розвиток комп'ютерних технологій та їхній вплив на життя англomовного суспільства

Сучасний світ відрізняється високим рівнем розвитку інформаційних технологій - обчислювальної техніки, Інтернету, мобільної комунікації, повсюдною поширеністю пристроїв дистанційного спілкування, зв'язку, записів, зберігання та передачі інформації. І, зрозуміло, ці технології істотно впливають на розвиток мовлення.

Проблема впливу інформаційно-комунікаційних технологій на розвиток мови загалом і окремих мов світу зокрема є відносно новою в мовознавстві і досі вивчена недостатньо. Однак уже зараз можна виділити кілька значущих досліджень з цієї та суміжних тем.

Перші роботи у цій галузі стали з'являтися ще в 80-і рр. ХХ ст. – зокрема, стаття відомого дослідника з Браунівського університету Наомі Берон «Комп'ютерна комунікація як сила, що змінює мову» [Baron 2010]. Пізніше Берон присвятила цій проблемі кілька повноцінних монографічних досліджень, серед яких варто відзначити «Завжди на зв'язку: мова у світі Інтернету і мобільного зв'язку» [Baron 1984].

Заслуговують на увагу роботи Лівей Гао, присвячені змінам в китайській мові під впливом комп'ютерної комунікації та Інтернету [Gao 2004], а також його ж роботи, які розглядають зміни в англійській мові на тих же підставах [Gao 2001].

Іншою цікавою роботою є стаття О. А. Панюшкіної «Зміна мови під впливом соціальних мереж (на матеріалі іспанської мови)» [Панюшкіна 2014], незважаючи на те, що це дослідження розглядає тільки іспанську мову і виявляє ряд специфічних рис комунікації в іспаномовних соціальних мережах, автор все ж робить ряд цікавих узагальнюючих висновків.

З робіт недавнього часу необхідно відзначити наукові статті «Актуальний словотвір у світлі нових інформаційних технологій» Ю. В. Акімової, А. А. Лебедєва і З. І. Мінеєвої [Акімова 2014], «Способи словотвору англійських неологізмів в інтернет-сфері та їх відтворення у китайській мові» Ху Пейпея [Ху 2012], «Утворення неологізмів англійської мови в соціальній мережі Twitter» В. С. Крилової і Е. А. Будник [Крылова 2014] та ін.

Відомо, що лексична система будь-якої мови є найбільш динамічно розвиненою з усіх її систем, а також найбільш вразливою до екстралінгвістичних факторів. А. А. Полікарпов вважає, що розвиток лексичної системи будь-якої мови циклічний і залежить від мікро- і мікропроцесів, що відбуваються у мові. Для характеристики змін лексичних одиниць тієї чи іншої мови він вводить поняття «життєвий цикл», тобто вся сукупність процесів, пов'язаних з лексичними одиницями, від їх появи у мові до зникнення [Поликарпов 1988, с. 66].

У нашій роботі ми маємо на меті виявити шляхи і способи утворення англійської лексики сфери електронної торгівлі, як наслідок екстралінгвістичних факторів, а саме прогресу інформаційних технологій. Безумовно, мова не є замкнутою системою і залежить від великої кількості процесів, що відбуваються в суспільстві. Науково-технічний прогрес завжди відігравав значну роль у розвитку мови – зрозуміло, головним його наслідком є утворення неологізмів і поява запозичень, що позначають нові поняття (*Internet* – Інтернет, *browser* – браузер, *server* – сервер тощо).

Системно-функціональний метод вивчення мови дозволяє виокремлювати певні лексико-семантичні підсистеми, або лексико-семантичні поля (ЛСП), і розглядати розвиток кожного з них окремо. Цікавий погляд на структуру і основні особливості ЛСП представлений в статті Т. Н. Куренкової «Лексико-семантичне поле і інші поля у сучасній лінгвістиці» [Куренкова 2006]. У роботі, зокрема, визнається, що польовий підхід до вивчення лексики є загальновизнаним у лінгвістиці. Опорою в побудові всякого ЛСП є значення слова, семантика лексичних одиниць, що входять в дане ЛСП. Інша важлива властивість ЛСП в тому, що вони постійно перебувають у стані динаміки, розвитку – у них спостерігаються такі процеси, як розширення, звуження ЛСП, зміщення значень, поява нових слів і понять, зникнення застарілих тощо. Змінюються і самі ЛСП, межі яких в мові не можуть бути абсолютно чіткими й однозначними.

ЛСП «Інформаційні технології», «Обчислювальна техніка», «Інтернет» і т.п. досить мінливі в своєму наповненні, і всі новітні розробки у сфері інформаційних технологій, як правило, відображаються у вигляді появи нових лексичних одиниць даного ЛСП або зміни значень старих [Куренкова 2006, с. 22]. Однак при цьому варто відзначити, що розвиток технологій впливає не тільки на безпосередньо пов'язані з цим ЛСП, а й на лексичний склад мови загалом – інформаційні технології, особливо ті, що з'явилися і розвинулися в останні 15–20 років, безпосередньо пов'язані з мовної комунікацією, а значить, чинять на неї істотний вплив. На це вказують такі явища останніх десятиліть, як широке поширення аббревіатур і скорочень, пов'язаних з машинописним введенням тексту, а також розвиток інтернет-сленгу [Crystal 2001].

Переходячи до розмови про лексику комп'ютерного підмови, можна відзначити, що в лексиці комп'ютерної підмови існує ядро і периферія. Ядро комп'ютерної підмови становить спеціальна лексика, зрозуміла всім людям, які працюють з комп'ютером, а периферію – лексичні групи, одиниці яких є актуальними для користувачів, любителів комп'ютерних ігор, хакерів тощо.

Найближче з периферійних полів до центру розташовується призначена для користувачів мова Інтернету, однак специфічним для багатьох є мова творців Інтернет - сторінок (лексика Web-дизайну).

Лексичні поля комп'ютерної підмови перетинаються, так як одна мовна особистість може, наприклад, бути користувачем мережі ФІДО, Інтернет, і любителем комп'ютерних ігор. У процесі розвитку мови деякі елементи переходять з периферії до центру, тобто терміни зі специфічних царин використання комп'ютера стають надбанням широкого кола користувачів.

Найбільш цікавим для нас представляється лексика електронної торгівлі, яка в свої основі має поєднання лексики інформаційних технологій з лексикою торгівельного напрямку. На перетині ЛСП цих сфер ми отримуємо той словниковий ряд, що представляє собою лексичні одиниці сфери електронної торгівлі.

Найбільш вагомий вплив сфери інформаційних технологій на розвиток лексичних систем мов світу полягає в утворенні неологізмів, безпосередньо пов'язаних з даною сферою, що відносяться до відповідних їй ЛСП.

Н. В. Кузнецова і Е. Н. Вахромова вважають, що жодна інша царина діяльності людини не в змозі конкурувати зі сферою комп'ютерних технологій щодо виникнення новоутворень [Кузнецова 2009, с. 271]. І кожне з цих новоутворень вимагає появи відповідного терміна, найменування. Таким чином, можна говорити про визначальну роль екстралінгвістичних факторів – розвитку і масового поширення інформаційних технологій як таких.

ЛСП, що відносяться до цієї царини, можуть називатися по-різному в науковій літературі, дослідники застосовують різні підходи у плані поділу всього корпусу лексики на ЛСП. Однак найчастіше називаються такі ЛСП, як «Комп'ютер і обчислювальна техніка», «Інформатика та програмування», «Інтернет», «Інтернет-торгівля», «Електронна торгівля» Ці ЛСП присутні в

англійській мові, і склад цих ЛСП можна умовно класифікувати за наступними категоріями:

1) лексичні одиниці, що існують з моменту появи даних ЛСП і вкорінені в у мову (*computer* – комп'ютер, *program* – програма, *data* – дані, *programming language* – мова програмування, *keyboard* – клавіатура, *trading* – торгівля, *money, cash – гроші*);

2) лексичні одиниці, що з'явилися відносно недавно (протягом останніх 10–20 років) як результат появи нових понять (*e-trading, e-commerce, B2B*);

3) застарілі лексичні одиниці, пов'язані з технологіями, що вийшли з ужитку (*дискета – floppy disc, магнітний диск – magnetic disc, EOM – ECM* тощо).

Можлива також класифікація цих лексичних одиниць за походженням (споконвічні, запозичені шляхом калькування, запозичені фонетичним шляхом тощо), а також за вживанням (загальноживані, що вживаються в професійному середовищі, жаргонні одиниці і т.п.).

Іншим найважливішим вектором впливу є широке поширення Інтернету, мобільного зв'язку та інших високих технологій, що спричинило за собою розвиток спілкування у соціальних мережах, на гостьових сторінках і форумах, а також поширеність листування в сервісах обміну повідомленнями, різних програмних засобах і продуктах для дистанційної комунікації, поява електронної торгівлі. Всі ці фактори сприяють глобалізації мов світу і появі великої кількості інтернаціоналізмів, запозичень і кальок тощо.

Глобальний інтернет-простір створює особливу багатомовне і багатокультурне середовище, в межах якого особливо активно формуються неологізми і утворюються нові ЛСП, наприклад такі як ЛСП електронної торгівлі.

Саме міжнародна інтернет-спільнота бере активну участь в аналізі та систематизації новостворених лексичних одиниць. В онлайн-просторі з'являються навіть постійно оновлювані словники неологізмів і інтернет-

сленгу (найбільш відомий в англomовному середовищі – “Urban Dictionary”, створений Аароном Пекхамом, що регулярно поповнюється і оновлюється користувачами [Urban Dictionary]).

Лексичні одиниці, що позначають предмети і явища, пов'язані з сучасними інформаційними технологіями, все частіше зустрічаються в повсякденній мові, творах художньої літератури, на сторінках періодичної преси.

Окремої згадки заслуговує вплив повсюдного розвитку мобільного зв'язку і швидкого введення повідомлень, для обміну якими зараз існує безліч популярних сервісів (“*WhatsApp*”, “*Facebook*”, “*Messenger*”, “*Viber*”) тощо, які теж використовуються для здійснення електронної торгівлі.

Дослідники мови [Акімова 2014; Балабанов 2001; Береза 2002; Дубина 2013; Зацний 2001; Комлева 2006; Кондратюкова 1984] зводять сутність електронної комерції до процесу купівлі – продажу товарів за допомогою Інтернету та інших інформаційно-комунікаційних технологій. Так, І.Т. Балабанов «електронною комерцією» називає: «торгівлю через мережу Інтернет за допомогою комп'ютерів покупця та продавця» [Балабанов, с. 75]. А.М. Береза, І.А.Козак, Ф.А. Левченко під «електронною комерцією» розуміють: «придбання чи продаж товару за допомогою електронних носіїв чи через мережу, подібну до Internet» [Береза 2002, с. 29].

Серед наслідків поширення електронної торгівлі – поява нових аббревіатур, широке використання символів, хештегів, емотиконів замість букв і слів тощо. Прагнення до економії часу в повсякденному спілкуванні шляхом введення тексту призводить до серйозних змін у структурі орфографії, пунктуації, граматики мови.

Таким чином, вплив розвитку інформаційних технологій на лексичну систему англійської мови простежується одночасно в декількох напрямках: від різних способів утворення неологізмів до загальної інтернаціоналізації спілкування.

## 1.2 Шляхи та способи утворення нової лексики

Розвиток англійської мови обумовлений значною мірою розвитком її словотворчої системи, становленням нових словотворчих моделей слів. Створення нових слів здійснюється, перш за все, як відображення у мові потреб суспільства у вираженні нових понять, що постійно виникають у результаті розвитку науки, техніки, культури, суспільних відносин. Значне поповнення словникового складу мови висуває завдання розгляду комп'ютерної лексики, адже швидкий темп накопичення нових термінів відбувається на тлі науково-технічного прогресу.

Нові слова, що закріплюються у мові, називаються неологізмами (від грецьких слів *neo* – «новий» і *logos* – «слово») [Зацний 2008, с. 5]. Розрізняють неологізми двох видів: нові слова, і нові значення, які з'явилися у «старих» слів. Важливим питанням у рамках дослідження є так само питання про те, як створюється нове слово. Встановлено, що «ланцюжок неологізації» [Зацний 2001,с.15] об'єкта можна представити таким чином: людина, що створює нове слово, потім слово проходить кілька стадій соціалізації (прийняття його в суспільстві) і лексикалізації (закріплення в мовній системі [Ху 2012, с. 79]).

Англійська мова істотно схильна до впливу інформатизації як мови міжнародного спілкування, вона є другою в світі за кількістю носіїв [Гринев 2008]. Англійська мова є однією із основних мов Інтернету і найзначнішим «постачальником» неологізмів, пов'язаних з інформаційними технологіями (*to google* – шукати в пошуковнику, *to log in* – увійти під логіном і паролем, *to photoshop* – обробити зображення за допомогою програми Photoshop, *to friend* – додати в друзі, *to Amazon* – робити покупки онлайн, *to follow* – підписатися, *to unfollow* – відписатися, *to upload* – завантажити, *to download* – скачати, зберегти на комп'ютер, *e-mail* – електронна пошта, *to*

*e-mail* – відправити по електронній пошті, *tweet* – розмістити повідомлення в Twitter і т.д.) [Крилова 2014, с. 263].

Способи словотворення, які традиційно виділяють у системі мови, це: афіксація, конверсія, словоскладання, абревіація, семантична деривація.

**Афіксація.** У ряді англійських термінів приєднання афіксів відбувається у поєднанні з семантичними процесами (розширенням значення): *fuzzification* – підготовка завдання для вирішення методами непарної логіки, *gesturing* – віяльне введення даних (у безклавіатурному комп'ютері) [Крилова 2014, с. 142].

При утворенні комп'ютерних термінів активно використовуються префікси латинського походження: *inter-*, *super-*, *mini-*, *macro-*, *micro-*, *auto-*, *multi-*, *mega-*, наприклад *interactive* – інтерактивний, *minidriver* – мінідрайвер, *superuser* – привілейований користувач, *microfile* – мікрофайл, *multisystem* – мультисистемна [Крилова 2014, с. 142].

Серед префіксів найбільшою частотністю характеризується формант *re-* зі значенням повторного дії (наприклад, в термінах *recopy* – повторно копіювати, *recreate* – відновлювати дані, *reformat* – переформатувати).

Префікс *e-* (електронний) є інтернаціональним для комп'ютерної термінології, його продуктивність висока і має тенденцію до зростання. Крім загальноновживаного *e-mail* – електронна пошта, існують такі терміни з префіксом *e-*: *e-book* -електронний книга, *e-cash* – електронні гроші, *e-form* – електронна форма, електронний бланк [Зацний 2008, с. 185].

**Конверсія.** У процесі конверсії слово однієї частини мови переходить в іншу без матеріальної зміни. Так, наприклад, наразі у мережі Інтернет можна часто бачити *E-mail me / us to*. Синтаксичний контекст дає можливість визначити приналежність слова до перехідних дієслів, і знаючи значення слова *e-mail* – електронна пошта, дієслово має значення «надсилайте повідомлення електронною поштою за адресою» .

**Словоскладання.** Виділяють чисте складання (додавання основ), наприклад *pencilbox*, *schoolboy*, зрощення (коли мотивоване слово, що



складається з двох або більше компонентів, повністю тотожне за морфологічним складом синтаксичному словосполученню), порівняємо, в англійській мові *mother-in-law*, *forget-me-not*, в українській мові – вічнозелений, скотобійня і змішаний словотвір (в складному слові присутні елементи афіксації) [Алексеев 2017, с. 40].

**Абревіація.** Дослідники американського варіанту англійської мови відзначають скорочення як спосіб словотвору в коротких, економних одиницях інформації: *opt* – *option*, *emu* – *emulator*, *info* – *information*, *exch* – *exchange*, *tech* – *technical*, *CLR* – *clear*, *RCVR* – *receiver*, *vdiff* – *visual differences*, *e-mail* – «*electronic mail*», *IMO* – «*in my opinion*», *LOL* – «*laugh out loud*», *PC* – «*personal computer*» тощо [Колисниченко 2009, с. 145].

За способом утворення неологізми поділяються на фонологічні, запозичення, семантичні і синтаксичні [Зацний 2001; Комлева 2006]. Фонологічні неологізми створюються з окремих звуків і є сильними неологізмами. Такі слова іноді [Зацний 2001; Baron 2010] називаються «штучними» або «винайденими», наприклад: *qwerty* – неофіційна назва клавіатури ПК (за першими літерами верхнього ряду стандартної друкарської машинки *q, w, e, r, t, y*).

Синтаксичний спосіб, тобто використання словосполучень для позначення наукового поняття, є традиційним способом утворення термінів [Мельников 1991, с. 116].

Модель іменник + іменник (N+N) є найбільш продуктивною в англійській термінології. Порівняємо приклади: *chip size* – ємність мікросхеми пам'яті, *version number* – номер версії

Не дуже продуктивним структурним типом двокомпонентних термінів є конструкція прикметник + іменник (Adj+N), наприклад: *hard disc* – жорсткий диск, *graphic display* – відображення графічної інформації. [Колисниченко 2009, с. 156].

Модель Verb + and + Verb найбільш продуктивна серед англійських дієслівних конструкцій: *drag-and-drop* (тягни і кидай) – перетягування

мишею об'єкта, *cut-and-paste* (ріжемо-клеїмо) – вирізання і вставка. [Колисниченко 2009, с.142].

Через популярність пошуковика в англійській мові з'явився неологізм *to google* або *to Google*, який використовується для позначення пошуку інформації в World Wide Web за допомогою пошукової системи Google.

Гавайське "*Wiki Wiki*", що означає у перекладі «швидко», за допомогою Глобальної Мережі одержало зовсім нове значення – тепер *Wiki* називають сайти, контент (зміст) яких може міняти будь-який користувач. Найвідомішим сайтом, у назві якого фігурує це слово, є вільна енциклопедія: "*Wikipedia*" [Wikipedia].

У 2005 році редакція Нового оксфордського словника американської англійської мови (New Oxford American Dictionary) назвала «слово року». Цим словом стало слово *podcast* [Online Etymology Dictionary, с. 212] («підкаст»). Цей новий термін визначається фахівцями як «цифровий запис радіотрансляції або аналогічної програми, яку можна завантажити через Інтернет для прослуховування у персональному аудіоплеєрі».

Багато користувачів знаходять дуже зручною для себе можливість завантажувати аудіозаписи різної тематики зі спеціалізованих «підкаст-сайтів» і слухати такі записи за допомогою mp3-плеєрів. Більшість користувачів Інтернету в індустріально розвинених країнах вважає за краще користуватися плеєром *Apple iPod* («Айпод»), саме його назва покладена в основу неологізму "*podcast*" ("*pod*" – частина *iPod*,"*cast*" – трансляція).

Комп'ютеризація використовується у різних царинах науки, техніки і торгівлі, що призводить до появи великої кількості термінологічних неологізмів.

Наприклад, у сфері лінгвістики: *electronic translator* – «ЕОМ-перекладач; в медицині: *telemonitoring systems / unit* – «апаратура, що дозволяє лікарю лікувати хворих на відстані»; в галузі образотворчого мистецтва: *optical art (op art)* – «мистецтво, що використовує оптичні ефекти», *luminal art* – «мистецтво, що використовує світлові ефекти», в театральному житті:

*revolve* – «обертальна сцена»; у галузі кіно і телебачення: *HDTV (High Definition Television)* – «телебачення високої чіткості зображення», у галузі комп'ютерної торгівлі – *electronic commerce, transaction using the Internet* [Колисниченко 2009, с. 195] тощо.

Отже, англійська мова істотно схильна до впливу інформатизації як мови міжнародного спілкування, вона є другою в світі за кількістю носіїв.

Визначено, що комп'ютерна підмова є професійним соціолектом, у якому виділяються стандартна (літературна) і субстандартна (нелітературна) частини. Літературна частина – комп'ютерна термінологія, яка являє собою систему, що володіє польовою структурою. На периферії перебувають маловживані і вузькоспеціальні терміни. Ядерну частину складає призначена для користувача лексика і лексика Інтернету.

Англійська мова є однією із основних мов Інтернету і найзначнішим «постачальником» неологізмів, пов'язаних з інформаційними технологіями, більшість неологізмів тут утворюються шляхом зміни значення вже існуючих слів, аббревіації, афіксації або з'єднання основ двох і більше вже існуючих слів. Мінімальна кількість комп'ютерної лексики представлена в запозиченнях.

Загалом можна охарактеризувати комп'ютерну лексику англійської мови та сфер поєднаних з нею, як таку, що динамічно розвивається у системі національної мови та активно взаємодіє з літературною мовою, сленгом і різними соціолектами.

## РОЗДІЛ 2

### ЛЕКСИКО-МОРФОЛОГІЧНІ СПОСОБИ УТВОРЕННЯ АНГЛОМОВНОЇ ЛЕКСИКИ СФЕРИ ЕЛЕКТОРОННОЇ ТОРГІВЛІ

#### 2.1 Лексико-семантичний спосіб утворення лексики сфери електронної торгівлі

Одним із способів словотвору є лексико-семантичний. Спершу дамо визначення лексико-семантичному способу творення слів: Лексико-семантичний спосіб словотвору – один з основних способів поповнення номінативних засобів мови, при якому звукова форма твірного слова (мотиватора), залишаючись незмінною, набуває нового значення і стає семантично похідною (мотивованою) [Шляхова 2017, с. 15]. Лексико-семантичний спосіб словотвору активно виявляється в системі номінації власних назв. При цьому способі не застосовуються спеціальні словотворчі засоби, а формантом є зміна семантики.

Говорячи про мову електронної торгівлі, слід насамперед зосередитися на її функціонуванні як засобу комунікації у професійній сфері, вести мову про використання мови у професійних цілях, результатом чого є «породження повідомлень, орієнтованих на певну аудиторію, що виконують певні завдання щодо продажу товарів у електронній мережі» [Жарова 2014, с. 52]. Появу електронної комерції часто ототожнюють з появою електронного бізнесу: Електронний бізнес (англ. *Electronic Business*), *E-бізнес*, *I-бізнес*, *e-Business*, Інтернет-бізнес – бізнес-модель, в якій бізнес-процеси, обмін бізнес інформацією і комерційні транзакції автоматизуються за допомогою інформаційних систем. Значна частина рішень використовує Інтернет-технології для передачі даних і надання Web-сервісів [Береза 2002].

Вперше термін прозвучав у виступі колишнього генерального директора IBM Луїса Герстнера. Також, це будь-який вид комерційної або некомерційної транзакції, який включає в себе обмін інформацією через Інтернет. Торгівля є обмін продуктами і послугами між підприємствами, групами та окремими особами і може розглядатися як один з основних напрямків діяльності будь-якого бізнесу. Електронна комерція фокусується на використанні ІКТ для забезпечення зовнішньої діяльності і відносин бізнесу з окремими особами, групами та іншими підприємствами, в той час як електронний бізнес ставиться до бізнесу за допомогою Інтернету. Термін «електронний бізнес» був придуманий командою маркетингу та Інтернету IBM в 1996 році. Електронний бізнес – сукупне поняття для безлічі класів ІС, автоматизують комерційну роботу підприємства [Word Spy].

Поряд з технічними специфікаціями, технічними описами продуктів, інструкціями, сфера електронної торгівлі має у своєму складі маркетингову лексику. Маркетингова лексика – це лексика, спрямована на збільшення продажів того чи іншого продукту. Основна частина маркетингової лексики сфери електронної торгівлі створюється для подальшого розміщення текстів на сайтах комп'ютерних компаній, і служить для опису продукції, що є товаром.

З метою забезпечення доступності змісту таких повідомлень широкому колу читачів, в них переважає загальноживана лексика, комп'ютерна, торгова, фондова, банківська, валютна лексика.

Аналіз показав, що у формуванні лексики електронної торгівлі беруть участь два основних джерела, лексика інформаційних технологій та лексика пов'язана з торгівлею, а оскільки електронна комерція безпосередньо пов'язана з оплатою, рекламою, то можна зустріти лексику сформовану за допомогою цих та інших сфер.

До одного з джерела можна віднести певну частину лексики електронної торгівлі, яку як і в інших спеціальних мовах, складають терміни, характерні для мови економіки і торгівлі загалом. У лексиці електронної

торгівлі найбільш поширені терміни пов'язані з самою торгівлею, [\*Amazon\*](#), [\*commercial service provider\*](#), [\*e-business\*](#), [\*e-signature\*](#), [\*e-tailer\*](#), [\*netco\*](#), [\*t-commerce\*](#), [\*v-commerce\*](#), терміни які позначають гроші при інтернет розрахунках наприклад, *e-cash*, *virtual money*. Для визначення магазинів в електронній комерції також є ряд термінів, наприклад *cybershop*, *cybermall*, *e-shop* тощо.

Розглянемо продуктивність способів утворення лексики електронної торгівлі у порядку її убування.

Серед внутрішніх способів формування лексики електронної торгівлі переважає **семантичне термінотворення**, тобто використання в якості терміна загальноживаного слова з наданням йому нового термінологічного значення. Про важливу роль саме семантичного механізму термінотворення свідчать дані Б. Уоррена, який у монографії “Sense developments” констатує, що на сучасному етапі розвитку англійської мови семантичний шлях термінотворення є найбільш поширеним [Кондратюкова 2001, с. 126].

Регулярними способами семантичного термінотворення в сфері лексики електронної торгівлі виступають звуження / розширення значення, метафоричне перенесення, метонімічне перенесення [Володина 2009, с. 52].

**Звуження / розширення значення.** Поняття звуження / розширення значення як способу семантичного словотворення в лінгвістиці тлумачиться неоднозначно, оскільки сам «механізм звуження важко визначається» [Гринев 2008, с. 78].

Однак спірним виявляється саме розуміння спеціалізації значення як його звуження або розширення. У цьому випадку будемо розуміти такий спосіб як перенесення назви одного поняття на інше «на підставі спільності всіх ознак загальноживаного поняття при наявності у поняття додаткових ознак» [Комлева 2006, с. 79], наприклад: *Amazon* перша інтернет компанія що спеціалізувалась на продажу онлайн, *to Amazon* має значення «закупитись онлайн», *dot* (крапка) або *dot-com* стало частиною слів, що означають зв'язок з інтернетом наприклад, *dot-commer* або *dot-commie* бізнесмен, що веде свою

діяльність через інтернет, *dot-com economy* в перекладі означає комерційну діяльність через інтернет.

Звуження/розширення значення є досить продуктивним способом термінотворення у сфері електронної торгівлі, що пояснюється загальною активністю цього типу деривації у нових терміносистемах, що наразі активно розвиваються [Комлева 2006, с. 86].

Аналізуючи лексику були виявлені терміни, які були побудовані на основі словоскладання чи основоскладання. Це такі слова *born-digital, cybermall, cybercurrency, cyberplaza, cybermoney, cybercash, cyber-entrepreneur, cybercommerce, cybershopping, cyberventing, dotbam, dot-com, netpreneur, netco, ontrepreneur*. Як можна помітити першу частину слова майже у всіх мовних одиницях представляє частина, яка відноситься до світу інтернету, а інша до саме торгівлі: *cyber* – від *cybernetic* кібернетика початкове значення мистецтво управління, в теперішній час означає пов'язаний з інтернетом, *net* – мережа, *on* – (від *online*), а другу частину слово чи основа, що відноситься безпосередньо до торгівлі, *currency, money, cash* – гроші, *mall, plaza*, – назви магазинів, *entrepreneur* – підприємець, *commerce, shopping* – комерція та ін. В результаті їх поєднання і отримала безпосередньо терміни сфери електронної торгівлі *born-digital* – такий що існує лише в електронній формі, *cybermall cyberplaza*, – торгівельний центр в Інтернет, *cybercurrency, cybermoney, cybercash* – «електронні гроші», *cyber-entrepreneur, netpreneur* – підприємець інтернет компанії, *cybercommerce, cybershopping* – електронна торгівля, *cyberventing* – кіберторгівля, *netco, dot-com, dotbam* – інтернет підприємство, *ontrepreneur*.

У лексиці електронної торгівлі, як і в інших системах з розвиненим семантичним термінотворенням, досить численні приклади, внутрішня класифікації яких ускладнена, оскільки в них можуть бути поєднання семантичного перенесення різних типів. Наведемо кілька прикладів таких комбінацій:

– звуження + форма представлення об'єкту: *inventory* - це запас в вашому бізнесі, *landing page* – це сторінка, на яку будуть заходити ваші клієнти, просто буде пропонувати продукт безпосередньо відвідувачу веб-сайту, *clicks and bricks*, *bricks and mortar* – фірми які працюють через інтернет [Зацний2008, с. 8] ;

– форма + функція: *Multi-Channel Ecommerce* – багатоканальна електронна торгівля – це процес продажу товарів і послуг через кілька різних каналів і пристроїв, в тому числі онлайн і на мобільних пристроях, *tri-channel* – трьох каналний бізнес [Зацний 2008, с. 9].

Конверсія, тобто зміна частотності приналежності слова, що характерно для англійського словотворення загалом. Вона широко використовується і в утворенні лексики електронної торгівлі: *Amazon* – найбільша інтернет платформа, від неї *to amazon* – здійснювати покупки онлайн, *amazonned* – витіснений інтернет бізнесом. Розповсюдженим різновидом цього способу є конверсія від дієслів з постпозитивом (1,5%): *play back* (відтворювати магнітний, звуко – або відеозапис) – *playback* (відтворення); *add in* (включати, додавати) – *add-in* (надбудова, вбудовується додаткове пристрій); *log in* (реєструвати) – *login* (реєстраційне ім'я, вхід в систему, початок сеансу); *plug in* (вставляти вилку в розетку, включати в мережу) – *plugin* (додатково (підключається) програмний модуль); *reply to* (відповідати на щось) – *reply-to* (зворотня адреса); *dial up* (набирати номер) – *dial-up* (комутований доступ); *look up* (шукати) – *lookup* (пошук, перегляд, підстанова); *set up* (встановлювати, налаштовувати) – *setup* (установка, налаштування).

Поряд з цим, у зібраному корпусі термінів зустрічаються колокації (у термінах лінгвістики – словосполучення з двох або декількох слів, які, використані разом, несуть інше смислове навантаження, ніж такі, що використані окремо). Прикладами колокацій можна вважати такі стійкі вирази як “*battery life*”, “*dead zone*”, “*clicks and bricks*”, “*bricks and mortar*” тощо. Також у проаналізованій лексиці було виявлено досить часте



вживання ідіом: “*Technology innovations are paving the way with easy-to-use solutions that keep people connected and collaborative, allowing ideas to grow faster than ever before. The 5th generation Intel® Core™ processors give you the performance you need to create and think out of the box*”.

Імовірно, що перша особливість більш характерна для текстів сфери інформаційних технологій, а друга є відмінною рисою саме рекламних текстів.

Тож, під «зміною значення» дослідники [Суперанская 1993; Татаринів 1995] розуміють процеси, які призводять до збагачення слів новими значеннями і розвитку багатозначності або, як її інакше називають, «полісемія», так і процеси, які ведуть до заміни старого значення новим так, що слово, отримавши нове значення, багатозначним від цього не стає, а число слів в словниковому складі не збільшується.

На основі проведеного аналізу можна стверджувати, що семантично переосмислена лексика потрапила до термінології електронної торгівлі опосередковано через термінології, економічну та комп'ютерну, які більш тісно пов'язані із загальноновживаною лексикою.

## 2.2 Морфологічні засоби утворення лексики

Терміни сфери електронної торгівлі можуть бути як однокомпонентними “*overclocking*” [New Oxford American Dictionary, с. 752] – «оверклокінг», так і багатокомпонентними “*wireless architecture*” [New Oxford American Dictionary, с.296] - «бездротова архітектура».

Поширеним морфологічним методом є словоскладання.

1. Словоскладання досить продуктивне в деривації термінів електронної торгівлі. Однією з особливостей таких терміноодиць є те, що в українській мові вони відтворюються за допомогою словосполучення:

*Multichannel-company* [New Oxford American Dictionary, с. 230] – компанія, яка використовує кілька каналів продажів: роздрібні магазини, каталоги, Інтернет тощо;

*Link popularity* [New Oxford American Dictionary, с.285] (або «Індекс цитування») – число посилань на ваш сайт з інших ресурсів Мережі.

*Network Service Provider* [New Oxford American Dictionary, с.454] – Провайдери мережевих послуг. Вони надають основні комунікації (фізичний зв'язок, маршрутизацію, управління графіком), центри даних і IP-ресурси (віртуальні приватні мережі, міжмережеві екрани, кешування).

*The Open Buying on the Internet* – відкриті [New Oxford American Dictionary, с. 542] (Інтернет-закупівлі) – Стандарт для B2B, в якому декларуються принципи, яким має відповідати програмне забезпечення для *E-commerce*, що підтримує відкриті Інтернет-стандарти.

*Spot-ринок* [New Oxford American Dictionary, с. 515] – ринок негайної поставки і платежу.

*Teleworking* [New Oxford American Dictionary, с. 550] – дистанційна робота.

*Telecomputing* [New Oxford American Dictionary, с. 554] – це організований віртуальний офіс, у якому суворо дотримуються основні принципи всякого бізнесу для службовців, включаючи менеджмент, облік, звітність навіть заходи безпеки працівників.

*Underwriter* [New Oxford American Dictionary, с. 712] – фінансовий інститут, що викупує акції у емітента при первинному розміщенні, для подальшого інтернетперепродажу їх через аукціон.

У ході проведеного аналізу було відзначено часте використання в лексиці електронної торгівлі багатокомпонентних прикметників. Можливо, використання таких прикметників дозволяє економити простір і, з огляду на їх семантичну насиченість, найбільш повно описати характеристики продуктів. Як приклад можуть служити наступні багатокомпонентні прикметники: “*space-saving device*” [Webopedia: Online Tech Dictionary for

IT Professionals, с. 203], “*Intel-level performance*” [Webopedia: Online Tech Dictionary for IT Professionals, с. 112], “*game-changing innovations*” [Англійсько-український словник, с. 305], “*end-to-end solutions*” [Webopedia: Online Tech Dictionary for IT Professionals, с. 185], “*never-seen-before voice wake functions*” [Англійсько-український словник, с. 430], “*easy-to-use solutions*” [Webopedia: Online Tech Dictionary for IT Professionals, с. 186], (“*always on, always available PC experience*” [Webopedia: Online Tech Dictionary for IT Professionals, с. 23], “*desktop-class computing*” [Webopedia: Online Tech Dictionary for IT Professionals, с. 159].

Серед них спостерігалася велика кількість абсолютно-оцінних складних прикметників, що складаються з прикметника-інтенсифікатора, який включає в свою семантичну структуру оцінну сему і оцінний прикметник, що дає якісну характеристику предмету: “*sky-high expectations*” [Webopedia: Online Tech Dictionary for IT Professionals, с. 603], “*big-screen experience*” [Webopedia: Online Tech Dictionary for IT Professionals, с. 56 “*high-performance*” [Webopedia: Online Tech Dictionary for IT Professionals, с. 209] тощо.

2. З огляду на те, що деякі терміни найчастіше піддавалися аббревіації, англійськомовні рекламні тексти сфери електронної торгівлі також включають в себе велику кількість аббревіатур. У рекламних текстах найбільш частотними формами були саме аббревіатури термінів, оскільки вони дозволяли заощаджувати інформаційний простір на сайті. Найбільш поширеними є 3-літерні і 4-літерні аббревіатури. Характерним для аббревіатур є використання цифри “2” через її омофонічність прийменнику “*to*” англійської мови [Зацний 2008, с. 55].

Абревіація представлена в основному ініціаліальним типом:

*B2B – Business-to-Business* [Зацний 2008, с. 85] – електронна торгівля від підприємства до підприємства,

*C2C – Customer-to-Customer* [Зацний 2008, с. 85] – схема від споживача для споживача. Продаж товарів, безпосередньо від однієї людини (користувача) іншому (наприклад: аукціон).

*C2B – Consumer-to-Business* [Зацний 2008, с. 55] – схема споживачів-компанія. Прикладом моделі електронної комерції *C2B* служить компанія *Priceline*, де споживач вказує ціну, за яку він хоче купити товар, наприклад авіаквитки, або послугу, наприклад, забронювати номер в готелі.

*B2P – Business-to-Partners* або *Business-to-aLLiance* [Зацний 2008, с. 55] – бізнес-партнери. Взаємодія з філіями та партнерами, спільні підприємства і спілкування з постачальниками послуг.

*B2E – Business-to-Employee* [Зацний 2008, с. 55] – схема бізнес-співробітник. Використання інформаційних технологій в сфері взаємин з персоналом.

*B2B2C – Business-to-Business-to-Customer* [Зацний 2008, с. 55] – бізнес-споживач. Інтеграції систем класу *B2B* і *B2C* в єдиній платформі.

*E2E – Exchange-to-Exchange* [Зацний 2008, с. 55] – біржа. В рамках даної моделі продавці і покупці виконують транзакції не тільки в масштабі конкретної електронної біржі, а й між різними електронними біржами.

*CEM – Contract Equipment Manufacturer* [Oxford-Reference] – контрактний виробник, що виробляє виріб з торговою маркою замовника, тобто OEM.

*CIO – Chief Information Office*) [Oxford-Reference]. Під CIO розуміються менеджери вищої ланки, що відповідають за стратегію компанії в царині інформаційних технологій та електронного бізнесу. Найбільш часто зустрічаються варіанти перекладу - «Директор з інформаційних технологій», «Директор інформаційної служби», «ІТ-директор».

*CRM – Customer Relationships Management* [Oxford-Reference] – система управління взаємовідносинами з клієнтами. Додатки для автоматизації, оптимізації та підвищення ефективності процесів взаємодія з клієнтами (продажі, маркетинг, обслуговування). Це інформація про

клієнтів, їх поведінку при здійсненні покупок, обслуговуванні і доставці. Мета CRM – надати клієнту реальне індивідуальне обслуговування.

*CSRP* – система (*Customer Synchronized Resource Planning System*) [Oxford-Reference] – система включає управління підприємством (ERP-систему), а також і взаємодію з клієнтами: оформлення замовлень, техзавдання, підтримку замовників на місцях – управлінська концепція планування ресурсів підприємства, орієнтована на споживача.

*DAM* – системи (*Digital Asset Management*) [Oxford-Reference] – системи управління цифровими архівами.

3. Афіксація, тобто створення термінів з наявних у мові або запозичених терміноелементів, кореневих морфем за словотворчими моделями, типовим для даної мови, представлено в лексиці електронної торгівлі трьома основними способами.

Серед розглянутих термінів найбільш продуктивна префіксація, при цьому в ролі префіксів (префіксоїдів), як правило, виступають інтернаціональні терміноелементи: *cyber-*, *i-*, *e-*: *cybermall*, *cybercurrency*, *cyberplaza*, *cybermoney*, *cybercash*, *cyber-entepreneur*, *cybercommerce*, *cybershopping*, *cyberventing*, *e-tail*, *E-service*, *e-cash*, *e-money*, *i-bank*, *iMoney*, *iPay*.

*Cyber* – від *cybernetics* (кібернетика) набуло значення «пов'язаний зі світом Інтернет», «віртуальний», активно виступає у ролі префікса у таких лексичних одиницях, наприклад *cybermall* – торговельний центр в Інтернет, *cybercommerce* – електронна торгівля, *cybershopping* – електронна торгівля, *cybercash* – електронні гроші, *cybermoney* – електронні гроші, *cybercurrency* – електронні гроші, *cyberplaza*, *cybershop* – торговельний центр або магазин в Інтернет, *cyberventing* – кіберторгівля [Зацний 2008; Word Spy]

Префікс *e* - від *electronic* також не менш активний у словотворі досліджуваної сфери, наприклад, *e-money*, *e-cash* – електронні гроші, *e-tail* – роздрібна торгівля в інтернет, *E-service* – сфера послуг через Інтернет, *e-cruitment* – наймання робітників та службовців через Інтернет,

*e-entrepreneur* – підприємець в Інтернет, *e-shopping* – торгівля товарами через Інтернет [Зацний 2008, Word Spy].

Останнім часом до ряду суфіксів увійшли часини Інтернет адрес такі як *dot-com dot-net*, наприклад, *dot-shop, dot-comme,r dot-commie dot-net* якщо ці елементи залишаться в класі суфіксів, то кількість неологізмів утворених за їх допомогою зросте [Зацний 2008, Word Spy].

4. Окремі терміни утворені шляхом зрощення: *inbox* [Словарь компьютерных терминов и интернет сленга, с. 37] (поштова скринька), *online* [Словарь компьютерных терминов и интернет сленга, с. 297] (режим підключення до мережі).

Узагальнюючи лексико-семантичні особливості проаналізованої англомовної лексики електронної торгівлі, можна зазначити, що дані терміни мають лексико-семантичні особливості в технічній сфері, так і рекламних текстів.

Таким чином, аналіз джерел і способів формування лексики електронної торгівлі показує, що досліджувана сфера «комп'ютерної мови» торгівлі поліаспектне явище, як в структурно-генетичному, так і в семантико-дериваційному плані. Ця лексика не тільки підпорядковується найважливішим закономірностям розвитку термінологій, але і володіє вираженою різностильовою специфікою.

Отже основне завдання словотвору полягає у вивченні формальних, семантичних, генетичних і інших закономірностей і особливостей утворення нових лексичних одиниць, що виникають в процесі розвитку мови, який є своєрідним барометром суспільного розвитку, що чутливо реагує на найменші зміни у науковій, економічній, комерційній, політичній та іншій сфері життя суспільства.

Лексика електронної торгівлі у сучасній англійській мові має у своєму розпорядженні багато способів утворення нових слів, до числа яких відносяться словоскладання, конверсія, скорочення, аббревіація, лексико-семантичний спосіб тощо. Однак не всі перераховані способи

використовуються в однаковій мірі, і питома вага кожного з них у словотвірному процесі неоднакова. Такі способи, як словоскладання та афіксація, дають значну кількість новоутворень.

### 2.3. Запозичення як джерело розвитку і інтернаціоналізації лексики сфери електронної торгівлі

Запозичення складають особливий пласт лексики як з точки зору процесів номінації, так і в плані мотивованості. Будучи однією з можливих відповідей на потреби номінації, що виникають в результаті мовних контактів і розширення під впливом інших мовних соціумів, вони представляють собою певну економію мовних зусиль при формуванні лексики, адже для заповнення номінативних лакун, що виникли у певній мові, використовуються готові одиниці чужої мови [Шайхутдинова 2005, с. 23].

Розгляд словникового складу торгівельно-економічної лексики англійської мови показав, що переважне значення мають лексичні елементи, що походять із загальнонімецької і загальноіндоевропейської мовної спільності, а також лексичні елементи, що представляють собою результат англійського словотворення. Ці джерела не є єдиними для збагачення і розвитку лексики інтернет торгівлі англійського словникового складу. У словниковий склад лексики електронної торгівлі сучасної англійської мови входять також лексичні запозичення і з інших мов. Найважливішими джерелами були латинська, французька і скандинавська мови. Деяка частина слів з цих мов була настільки асимільована англійською мовою, що навіть проникла в основне лексичне ядро, але значно більша їх кількість знаходиться за межами останнього [Алексеев 2017, с. 12].

Були встановлені два основних шари англійської лексики: англосаксонський і романський. Романський шар, в свою чергу, складається з латинської та французької, які можуть бути поділені на складові частини, що відрізняються один від одного як за часом їх проникнення в англійську мову, так і за своїми семантичними особливостями. Крім того, в англійській лексиці торгівельно-економічного спрямування логічно констатувати ще грецький, скандинавський, італійський, іспанський шари, а також окремі слова, запозичені майже з 50 мов світу.

Серед основних способів запозичення лексики – транскрипція, транслітерація, калькування і семантичне запозичення.

**Транскрипція** – це запозичення словникової одиниці, при якому зберігається її звукова форма, іноді дещо видозмінена відповідно до фонетичних особливостей мови, в якій слово запозичується. Такі слова характеризуються тим, що їх загальний звуковий комплекс виявляється для запозичуваної мови новим, хоча кожен із складових їх звуків, за рідкісними винятками, замінюється звуком мови, в яку вони потрапляють. Наприклад, з латинської мови запозичено слово *Data*:

*Data Mining* [Multitrun, с. 223] – аналіз даних, засоби дослідження сховищ даних, інформаційна проходка (розкопка, розтин, розробка, і т.п.)

*Data Warehousing* [Multitrun, с. 223] – зберігання даних

З латинської мови запозичено слово *Integration*:

*EAI (Enterprise Application Integration)* [Multitrun, с. 265] – інтеграція додатків підприємства. Це організація взаємодії між різноманітними додатками підприємства в рамках загальної інформаційної системи.

*EDI (Electronic Data Interchange)* [Multitrun, с. 262] – електронний обмін даними.

З латинської мови запозичено слово *Systems* від латинського *systema*:

*DSS (Decision Support Systems)* [Multitrun, с. 226] – система, яка здійснює збір, обробку та подання інформації, допомагаючи в прийнятті правильних управлінських рішень.



*ERP – system (Enterprise Resource Planning System)* [Multitrun, с. 262] – система планування ресурсів підприємства. Набір інтегрованих програм, що дозволяють створити єдине середовище для автоматизації обліку, контролю, аналізу та планування всіх основних бізнес-операцій корпорації. Система управління підприємством.

*MES (Manufacturing Execution System)* [Multitrun, с. 347] – система управління виробництвом. На відміну від системи ERP, яка відповідає на питання «коли і яка продукція повинна бути проведена», MES відповідає на питання «як буде вироблено продукцію».

*Collaboration* від латинського слова *collaboratio* «співпраця», далі з *collaborare* «працювати спільно, співпрацювати», далі з *cum* (варіанти *co-*, *com-*, *con-*) «с, разом» + *laborāre* – працювати, намагатися.

*IAC - провайдери (Internet Application Collaboration)* [Multitrun, с. 285] – провайдери додатків спільної роботи.

*KDD (Knowledge Discovery in Databases)* [Multitrun, с. 307] – виявлення знань в базах даних, статистичні алгоритми виявлення знань.

**Транслітерація** – це спосіб запозичення, при якому запозичується написання іноземного слова: літери запозиченого слова замінюються буквами рідної мови. При транслітерації слово читається за правилами читання рідної мови. Методом транслітерації в англійській мові запозичені французькі слова, багато слів грецького, латинського, німецького і французького походження, які зберегли свої графічні особливості, хоча і читаються за правилами англійської мови [Береза 2002].

*Original* – це слово, що означає «першоджерело: те, що стало предметом копіювання», було запозичене з німецької, де *Original* походить від латинського *originale* з тим самим значенням, наприклад:

*ODM (Original Design Manufacturer)* [Multitrun, с. 527] – розробник виробу та / або дизайну.

Слово *Supply* походить від старофранцузького *soupleier*, від латинського *supplēre*, означає завершення, поставка.

*SRM (Supply Relationship Management)* [Multitrun, с. 412] – система управління взаємовідносинами з постачальниками. Це інформація про постачальників, їх продуктивності і каналах доставки.

*SCM (Supply Chain Management)* [Multitrun, с. 403] – система управління ланцюгами поставок. Процес оптимізації системи взаємодії з постачальниками, дистриб'юторами і кінцевими споживачами в рамках ланцюжка поставок компанії, що забезпечує доставку товарів в потрібне місце точно в строк і з мінімальними витратами.

**Калькування** – це спосіб запозичення, при якому запозичуються асоціативне значення і структурна модель слова або словосполучення. Кальками називаються запозичення у вигляді буквального перекладу іноземного слова або виразу, тобто точного відтворення його засобами приймаючої мови зі збереженням морфологічної структури та мотивування. При калькуванні компоненти запозиченого слова або словосполучення перекладаються окремо і з'єднуються за зразком іноземного слова або словосполучення. Наприклад:

*Usability* [Multitran, с. 630] – методика побудови web-сторінок

*VA (Value Adding)* [Multitran, с. 423] – додана вартість

*VPN (Virtual Private Network)* [Multitran, с. 424] – віртуальна приватна мережа. Розподілена корпоративна мережа.

**Семантичне запозичення** – це запозичення нового значення, часто переносного, до вже наявного в мові слова. Слова *pioneer* та *brigade* існували в англійській мові і до проникнення в неї «советизмів», але значення: «член дитячої комуністичної організації» і «трудовий колектив» вони отримали під впливом російської мови післяжовтневого періоду [Володина 2009].

Семантичні запозичення відбуваються особливо легко в близькоспоріднених мовах. Наприклад: англійське слово *Business* запозичено із німецької мови *Beziehen*, що означає купувати щось.

*Business-to-Business* [Word Spy] – *Бізнес*. Взаємодія одного бізнесу з іншим (організація поставок, обмін документацією, замовлення, фінансові

потоки, координації дій, спільні заходи). Рішення для корпоративної електронної комерції;

*Business-to-Customer* [Word Spy] – бізнес – споживач. Взаємодія продавця і покупця (придбання клієнтом товарів, послуги, отримання консультацій, придбання страховок тощо.)

*Business-to-Government* [Word Spy] – бізнес – уряд. Спеціальний вид торгівлі на замовлення урядових організацій..

Такі способи запозичення як транскрипція, транслітерація, калькування і семантичне запозичення слід відрізнити від однойменних способів перекладу. Вони не розрізняються за своїм механізмом, вони розрізняються за своїми кінцевими результатами: у перекладі не відбувається збільшення словника, тоді як у запозиченні в «скарбничці» з'являються нові словникові одиниці.

Незважаючи на велику кількість запозичень з інших мов, англійська лексика сфери електронної торгівлі не втратила своєї самобутності і залишається мовою германської групи з усіма характерними рисами, властивими їй протягом розвитку. Зміни, які вона зазнала у зв'язку з запозиченнями, лише збагатили її словниковий склад.

Як тільки запозичене слово потрапляє в інше середовище, воно піддається процесу асиміляції, тобто процесу уподібнення словам запозичуваної мови, відбувається підпорядкування граматичному і фонетичному строю цієї мови. Пристосування запозичень до нових лексикосемантичних умов – складний процес. Так, слово *Brand* походить від давньоскандинавського «brande», яке перекладається, як «палити, вогонь». Так називалося тавро – знак, яким власники худоби позначали своїх тварин. Наразі поняття «бренд» використовується як синонім «товарного знака» або «торгової марки». Наприклад:

*“Amazon is both an ad seller and an online store. Brand owners regard Amazon as the primary way to distribute their products. And this is irresistible, despite the fact that Amazon takes the bulk of the profits from brands and retailers*

*for itself, says Rob Norman, senior adviser to media agency GroupM” [Word Spy, с. 2].*

*“According to research from early 2018, about 92% of shoppers who searched for items on Amazon ended up buying it. However, WSJ reminds that most of the top part of Amazon's search results is received by the company's own brands – according to the publication's journalists, dozens of private brands Amazon Basics operate at Amazon” [Word Spy, с. 2].*

*“Amazon produces products under internal brands (AmazonBasics), which hinders third-party companies, since you have to pay to promote products in the SERP. The WSJ cites the example of the retail store Dazadi.com, which sells most of its merchandise on Amazon. The company has placed bocce balls on the court. They compete with a similar ball from AmazonBasics, which costs \$ 10 less” [Word Spy, с. 2].*

Особливості асиміляції запозичень знаходяться в залежності від ступеня типологічної близькості взаємодіючих мов. Наприклад, англійська та німецька мови є генетично спорідненими, тому вони мають деяку типологічну подібність – словотвірні системи даних мов демонструють схожі риси. Наприклад, для обох мов характерні такі способи словотворення, як префіксальний, безафіксний, словоскладання та аббревіація.

1. При запозиченні відбувається адаптація слова до фонологічної системи запозичуваної мови, відсутні в ній звуки замінюються на найбільш близькі. Фонетична асиміляція має місце, коли велика частина запозичень зберігає свою німецьку вимову за умови збереження німецького написання: *hausfrau* [*haus frau*] – «домогосподарка».

*“E-commerce attracts hausfrau” [Word Spy, с. 175].*

*“It's not that she's much of a hausfrau or hoover-wielder” [Word Spy, с. 55].*

Можливий інший шлях вкорінення іноземних слів. Слід зазначити так звану реверсивну асиміляцію, в тих випадках, коли семантичне засвоєння випереджає асиміляцію, яка зіставляється з формальним статусом. Таке

явище «можливо завдяки тому, що друк популяризує написання, а засоби масової інформації – вимову». [Мокрогуз 2015, с. 31]

Процес фонетичного освоєння запозичених слів відбувається повільніше, ніж їх пристосування до граматичної системи мови. Така послідовність пояснюється основними завданнями самого процесу спілкування, де кожне запозичене слово повинно бути відповідно оформленим в граматичних і лексико-семантичних відносинах.

2. Морфологічна адаптація залежить від того, наскільки зовнішній вигляд запозиченого слова відповідає морфологічним моделям мови, що запозичує це слово. Німецьке слово *blitzkrieg* було скорочено в англійській мові до форми *blitz* і в такому вигляді закріпилося в мові.

*“The blitz in e-commerce has helped Amazon become a leader in online sales”* [Word Spy, с.1].

Ступінь асиміляції іншомовних одиниць залежить від тривалості їх перебування у складі мови. Для запозичень і функціонування іноземних лексем в мові необхідні два фактори: граматичне оформлення і помірна зміна звукового складу. Існують чотири основні шляхи асиміляції:

1. Афіксація. Наразі афіксальний словотвір залишається активним, хоча і поступається безафіксальному словотвору, який більш поширений в сучасній англійській мові. До морфологічних, а саме до афіксальних, відносять способи, у яких похідне слово утворилося за допомогою афіксальних морфем.

Серед них найбільш поширені суфіксальні і префіксальні різновиди. За допомогою афіксації відбувається асиміляція запозичених слів, і від них утворюються похідні (іменники, прикметники, прислівники). Прикладом такого слова є *swindle* (*verb, noun*).

*“E-commerce verb is the biggest threat from this type of activity”* [Word Spy, с. 1].

*“Amazon e-commerce founder Jeff Bezos was a wunderkinds”* [Word Spy, с. 1].

В результаті афіксації з'явилися такі похідні: *swindleable* (adjective), *swindlingly* (adverb), *swindler* (noun).

*"We must never again allow, now that we're all too painfully aware of the consequences, any company to cheat and swindle any working man or woman. I tellee he's a swindler. That should be enough for you"* [Word Spy, с. 1].

2. Словоскладання. За таким типом словотвору з'являються нові слова, комбінуючи два або більше значення. Потреба у нових найменуваннях реалізується за допомогою комбінацій існуючих слів, а це вважається точним і образним способом передачі інформації. Наприклад, *fernweh* ( "*being homesick for a place you've*").

3. Словозлиття (контамінація). Суть цього процесу полягає в злитті повної основи одного слова із скороченою основою іншого (*cartune* = *cartoon* («мультиплікація») + *tune* («мотив, мелодія») = «музичний мультфільм») або злиття скорочених основ двох слів (*thermistor* («електричний опір») = *thermal* («тепловий, термічний») + *resistor* («опір; котушка опору») внаслідок чого утворюється нове слово, яке повністю або частково поєднує значення всіх структурних елементів, що входять до його складу.

*"A small field effect transistor, thermistor for temperature measurement and a reference cell are mounted in the tip of the probe and accurate measurements can be made on a single drop of sample. These details are offered by the Amazon electronic sales network!"* [eCommerce Glossary].

*"Advertising scheme on Amazon. 1 – Advertise products in search results and product details. 2 – Video ads on Amazon and IMDB. 3 – Product display ads in search results, details, reviews and Amazon newsletters. 4 – "Sponsored Brands" in the title, allows you to promote several brand products at once. 5 – Banners on Amazon, third party sites, Kindle devices and Fire TV Wall Street Journal"* [eCommerce Glossary].

*"Marketers can use Amazon video ads, TV slot spots in sports, and ads on Amazon Fire TV devices. Amazon also helps brands advertise on other sites"* [eCommerce Glossary].

*“Amazon also offers offline ads on its boxes and bags, which the company uses to deliver goods. This opportunity was used during the advertising of the film “The Greatest Showman” and the cartoon “Minions” [eCommerce Glossary].*

Багато злиттів носять ситуативний характер і навіть не реєструються в словниках. Іноді буває складно зрозуміти їх значення поза контекстом. Такий спосіб досить рідкісний, тому таких запозичених одиниць порівняно мало.

Протягом історії англійської мови морфологічний тип словотворення, а саме афіксація, був найпродуктивнішим способом словотворення.

Запозичені слова проходять складний шлях семантичного розвитку. У порівнянні значень запозиченого слова з тим, яке воно мало у мові, звідки воно прийшло, зазвичай виявляється, що в у мові, яка його запозичила воно зберігає лише частину своїх значень, часто одне, і до того ж не основне, а похідне, і нерідко стає терміном. У процесі запозичення слова потрапляють в нові лексикосемантичні умови, де вони розвиваються, в результаті чого розширюють семантичні межі. У момент запозичення слово виконує номінативну функцію – функцію позначення конкретної події, явища або предмета. Згодом запозичені слова розширюють свою смислову структуру.

Розглянемо історію семантичної зміни на прикладі слова *blitzkrieg*, можна зробити висновок, що утворилося від нього слово *blitz* не має зв'язку з початковим словом. Воно прийшло в англійську мову в 1939 р. для позначення німецької теорії блискавичної війни, але через рік словоформа скоротилася до *blitz*, розширивши значення до раптової, стрімкої атаки. Потім іменник конвертувалося в дієслівну форму *to blitz* з відповідними значеннями «атакувати, бомбити». Після закінчення другої світової війни і в зв'язку з стабілізованою геополітичною ситуацією дієслово *to blitz* набуло значення, що ніяк не відноситься до військової тематики – руйнувати. Наразі це слово значить прискорений, швидкий, моментальний. Наприклад:

*“In the Amazon network there is a blitz delivery of goods” [WordSpy, с. 3].*

Або німецьке слово *ersatz*, яке з'явилося після Першої Світової Війни, що позначало «сурогат, замітник чогось». З часом семантичний компонент «замітник» розвинувся в значення «несправжній, штучний» і став подібний до речі *fake*.

*“Scammers have flooded e-commerce sites with fake offers”* [Word Spy, с. 3].

Німецькі слова *über* (над, через, поверх), втрачаючи умлаут, використовується замість *super, extra, awfully, totally, dead, well, very, really* і інших показників найвищого ступеню. Англіїці використовують *uber*, щоб сказати, що щось «супер круто», наприклад: [Жарова 2014, с. 284]

*“The bike purchased from Amazon's e-commerce network turned out to be uber”* [WordSpy 58, с. 3].

Таким чином, німецькі мовні елементи піддаються різним змінам. У процесі асиміляції вони підлаштовуються під фонетичні, графічні, граматичні та семантичні правила мови-реципієнта. Але відбувається це нешкідливо, тому що англійська та німецька мови типологічно близькі. Адаптуючись у новому середовищі, деякі лексичні запозичення з німецької мови беруть участь у процесі словотворення, який відбувається з використанням типових для англійської мови засобів.

Запозичення з німецької мови користуються все більшою популярністю і існують не тільки в усній формі, а й закріплюються письмово, маючи фіксоване значення в художній літературі, пресі і словниках.

З'ясовано, що лексико-семантичний спосіб – це безафіксний спосіб утворення лексичної одиниці з окремого значення багатозначного слова, характеризується тим, що відбувається зміна морфологічної структури слів, яка не є вирішальною у формуванні новостворюваного терміна. Значення таких термінів не можна визначити виходячи з їх структури, оскільки в результаті такого типу термінотворення завжди відбувається конвенціональне нарощення семантики. Однак, у кожній мові є певні регулярні явища. У цьому випадку відбувається формування самостійного



морфологічного словотвірного підтипу, що має постійні словотвірні значення.

Хоча економічно-торгівельна лексика англійської мови і підпала під вплив з боку іншомовних запозичень у науково-технічній та суспільно-політичній сферах, частина цих запозичень відноситься і до сфери електронної торгівлі, тому що, мови розвиваються в єдиному європейському соціально-економічному просторі та таких запозичень небагато.

Проходячи складний шлях асиміляції, запозичені мовні елементи піддаються різним змінам: фонетичним, графічним, граматичним і семантичним. Але відбувається це нешкідливо, тому що англійська мова типологічно близька іншим романо-германським мовам. Це служить поясненням, чому іншомовні запозичення за короткий проміжок часу увійшли в англійську лексику електронної торгівлі.

## ВИСНОВКИ

Торгівля як обмін рівноцінними товарами традиційно становить перший крок у взаємодії виробників і споживачів, при цьому всі учасники торгових відносин отримують вигоду у вигляді приросту добробуту, а розподіл вигоди визначається рівнем встановлених цін на товари та обсягами торгівлі. Починаючись з торгівлі, міжнародні економічні відносини зазвичай розвиваються і переходять в інші форми економічної взаємодії, як то електронна торгівля, що набула нечуваного розмаху у період пандемії коронавірусу.

Розвиток електронної торгівлі сприяє появі нової лексики, що обслуговує цю царину взамін людей: продавців і покупців. Цю лексику наповнюють комп'ютерні, економічні, банківські, комерційні терміни, розмовна лексика тощо. Такі інновації, семантичні та лексико-фразеологічні віддзеркалюють різнобічні сфери соціального життя, які знаходяться під впливом всеохоплюючої мережі Інтернет та відображають позитивні, і не тільки, наслідки такого впливу. Прослідкували способи створених численних неологізмів пов'язаних зі сферою електронної торгівлі та явище «синонімічної поліномінації».

Завдання словотвору вивчає формальні, семантичні, генетичні та інші закономірності і особливості утворення лексичних одиниць, що виникають в процесі розвитку мови, що має відклик від найменших змін у різних сферах людського життя.

З'ясовано, що лексика електронної торгівлі утворюються шляхом зміни значення вже існуючих слів, аббревіації, афіксації або з'єднання основ двох і більше вже існуючих слів, а також формування цієї лексики є запозичення із інших мов. Не всі способи використовуються в однаковій мірі, і словотвірна вага кожного з них неоднакова у процесах формування нової лексики. Словоскладання та афіксація в аналізованих ново формах мають велику

продуктивність. Досить продуктивними є поєднання лексичних одиниць або їх частин зі сфери інформаційних технологій та торгівлі.

Виділяються окремі галузі підприємницької діяльності та сфер суміжних з нею, наприклад, фірми, діяльність яких здійснюється через інтернет *dot-com, dot-net, Internet firm*, підприємці в мережі, наприклад, *cyber-entrepreneur, ontrepreneur, online entrepreneur, e-tailer*, слова які позначають власне торгівлю *cybercommerce, cybershopping, E-shopping, electronic shopping, electronic commerce, Internet shopping*. Ще одне розгалуження це спосіб розрахунку в мережі це «електронні гроші» наприклад *E-cash, E-money, cybercash, cybermoney, virtual money*, торгівельні онлайн магазини також отримали свої назви *E-mall, virtual store, E-partment, cybermall, virtual store* тощо.

Виникла ціла низка назв різновидів сучасної електронної торгівлі, яка особливо вживана у вигляді абrevіатур. Це такі абrevіатури як *B2B, B2C, B2B2C, C2C* – особливий тип абrevіатур, який використовує цифру “2” через її тотожне звучання, омофонію, до прийменника англійської мови “to”, що в результаті призвело до виникнення типової формули створення аналогічних абrevіатур через цифру “2”.

При утворенні нових термінів, що позначають рекламу в інтернет, основну позицію займають *ad, adver*, наприклад *skyscraper ad, online ad*.

Аналізуючи цілу низку нових понять утворених у сфері економічної торгівлі, можна сказати що сфера бізнесу, економіки, торгівлі яка тісно переплелася на даному етапі розвитку з мережею Інтернет та електронними технологіями, являється однією з провідних у формування нової лексики англійської мови досліджуваної сфери. Крім цього вона активно впливає і на розвиток лексики торгівлі загалом оскільки конкретизація загальних понять в одній сфері викликає конкретизацію поняття і протилежної сфери, наприклад *clicks and bricks* спонукало до виникнення *bricks and mortar, book* розділилося на *e-book* та *p-book*.

Вивчаючи неологізми сфери електронної торгівлі прослідковується явище зростання синонімічного ряду для слів та словосполучень коли одне й те саме явище, отримує цілий ряд синонімів. Та просліджуються утворення термінів різних видів діяльності за прикладом першого новоутворення наприклад *e-commerce* викликало ряд таких неологізмів *t-commerce*, *m-commerce*, *v-commerce*.

В наш час дана сфера активно розвивається, тому існує подальша перспектива розгляду словотвору сфери електронної торгівлі насамперед тому, що вона активно входить в життя кожної людини, а технічний прогрес крокує вперед без упину, що безперервно приводить до нових формацій лексичних одиниць, які активно входять в суспільне життя, розвиваються, змінюються наповнюють склад сучасної мови, та потребують фіксації в словниках неологізмів для їх правильного тлумачення та вживання.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

### СПИСОК ТЕОРЕТИЧНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алексеев Д. И. Аббревиатура в терминах научно-технической революции: Научно-техническая революция и функционирование языков мира. М. : Наука, 2017. 213 с.
2. Акимова Ю. В., Лебедев А.А., Минеева З.И. Актуальное словообразование в свете новых информационных технологий. *Ученые записки Орловского государственного университета*. Серия: Гуманитарные и социальные науки. 2014. № 1. С. 172–178.
3. Амзин А., Белкин И. Полный привод. Лента.ру. URL: <https://lenta.ru/articles/2006/02/28/preved/> (дата звернення: 15.06.2020).
4. Балабанов И. Т. Электронная коммерция : Учебник. СПб : ХИТ, 2001. 191 с.
5. Береза А. М., Козак І. А., Левченко Ф. А. Електронна комерція : навч. посібник. К. : КНЕУ, 2002. 326 с.
6. Володина М.Н. О социолингвистической обусловленности интернационализации терминологии. *Проблемы языка в Российской Федерации и языковое законодательство: материалы Всероссийской научной конференции г. Москва, июль 2009г.* М., 2009. С. 52–56.
7. Гринев С. В. Введение в терминологию. М. : Московский лицей, 2008. 309 с.
8. Дубина Л.В. Тенденции развития русского языка в контексте интернет-коммуникации. *Вестник Томского государственного педагогического университета*. Серия : Гуманитарные и социальные науки. 2013. № 2 (130). С. 177–181.

9. Жарова А.К., Елин В.М., Демьянец М.В. Предпринимательство в Интернете : монография. М. : ЮРКОМПАНИ, 2014. 284 с.
10. Зацний Ю.А., Пахомова Т.О. Мова і суспільство: збагачення словникового складу сучасної англійської мови. Запоріжжя : Запорізький державний університет, 2001. 174 с.
11. Каган М.С. Человеческая деятельность: опыт системного анализа. М. : Наука, 2004. 328с.
12. Комлева И.Л. Принципы формирования русской компьютерной терминологии: дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01. М., 2006. 16 с.
13. Кондратюкова Л.К. Обучение и освоение терминологии компьютерной техники на английском языке: дис. ... канд. филол. наук. : Омск, 1984. 190 с.
14. Крылова В.С., Будник Е.А. Формирование неологизмов английского языка в социальной сети Twitter. *Приоритетные научные направления: от теории к практике*. 2014. № 11. С. 143–147.
15. Кузнецова Н.В., Вахромова Д.Е. К вопросу о лингвистических перспективах неологизмов в компьютерной сфере. *Вестник Нижегородского университета*. 2009. № 6–2. С. 270–275.
16. Куренкова Т.Н. Лексико-семантическое поле и другие области современной лингвистики. *Вестник Сибирского государственного аэрокосмического университета*. 2006. № 4. С. 173–178.
17. Лотте Д.С. Основы построения научно-технической терминологии. Вопросы теории и методологии. М. : Изд-во АН СССР, 1961. 160 с.
18. Мельников Г.П. Основы терминологии. М. : РУДН, 1991 . 116 с.
19. Мокрогуз Э. Д. Компьютерная терминология. *Филология и искусствознание* : электронный научный журнал : 2015. № 8 (21). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kompyuternaya-terminologiya> (дата звернення: 18.07.2020).

20. Никитченко Н.С. Способы создания значений, отличных от семантического происхождения. *Лингвистические исследования*. М. : 2004. Ч. 2. С. 147-155.
21. Панюшкина О.А. Изменение языка под воздействием социальных сетей (на основе испанского языка). *Альманах современной науки и образования*. М., 2014. № 3 (82). С. 133-135.
22. Поликарпов А.А. К теории жизненного цикла лексических единиц. *Прикладная лингвистика и автоматический анализ текстов* : отчет научной конференции (28.01. - 30.01.1988, г. Тарту). Тарту : Издательство Тартуского университета, 1988. С. 56–58.
23. Реформатский А. А., Реформатская А. А. Что такое термин и терминология. М. : АН СССР, 1977. 14 с.
24. Рыков С. О., Гусейнов Г. Ч. Русский язык и новые технологии. коллективная монография. М. : Новое литературное обозрение, 2014. 256 с.
25. Сидорова М. Ю. Интернет-лингвистика: русский язык. Межличностное общение. URL: <http://www.philol.msu.ru/~sidorova/files/blogs.pdf> (дата звернення: 18.09.2020).
26. Степанова О. Интернет для гуманитарных наук . *Вестник высшей школы*. М. : 2012. С. 36-40.
27. Суперанская А. А. Общая терминология : *Терминологическая деятельность*. М. : Новое литературное обозрение, 1993. 288 с.
28. Татаринов В.А. История русской терминологии : *очерк и читатель*. Т. 2. *Направление и методы терминологического исследования*. Книга 1. М. : Московский лицей, 1995. 334 с.
29. Ху П. Способы словообразования английских неологизмов в Интернете и их передача в китайском языке. *Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук*. М. : НИИ, 2012. № 2. С. 186–188.
30. Шайхутдинова Х.А. Языковые механизмы семантических инновационных процессов : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 12.02.02. Тверь, 2005. 23 с.

31. Шкапенко Т.М., Милявская Н.Б. Концепция англосемантизма в теории облигаций: к проблеме. *Филология и история искусства*: электрон. научный журн. № 9 (43). 2017. URL: <http://7universum.com/ru/philology/archive/item/5121> (дата звернения: 19.07.2020).
32. Шляховая Е. В. Изучение доверия в электронной коммерции. *Тенденции и перспективы развития социотехнической среды* : материалы III международной научно-практической конференции (28.01-30.01.2017, г. Омск). М. : СГУ, 2017. С. 541–544.
33. Щурина Ю. Интернет-мемы как феномен интернет-общения. *Научный диалог*. 2012. № 3. С. 161–173.
34. Baron N. S. *Always on: Language in an Online and Mobile World*. Oxford University Press, 2010. 304 p.
35. Baron N. S. Computer Mediated Communication as a Force in Language Change . *Visible Language*. 1984. Т. 18. № 2. P. 118–141.
36. Bauckhage C. Insights into Internet Memes .Proceedings of the Fifth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media (Barcelona, Catalonia, Spain. 17–21 July 2011). California, Menlo Park: The AAAI Press, 2011. P. 42–49.
37. Crystal D. *Language and the Internet*. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2001. 272 p.
38. Gao L. *Chinese Internet Language : A Study of Identity Construction* : Thesis (Ph.D.). Urbana-Champaign, 2004. 172 p.
39. Gao L. Digital Age, Digital English . *English Today*. 2001. V. 17. № 03. С. 17–23.
40. Gao L. Language contact and convergence in computer-mediated communication . *World Englishes*. 2006. V. 25. № 2. С. 299–308.
41. Internet World Stats. URL: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm> (дата звернения: 13.07.2020) .



42. Kroes N. Vice-President, European Comm'n Responsible for the Digital Agenda, The Need for Accountability in Internet Governance. ICANN's 38th International Meeting. URL: <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference5SPEECH/10/323> (дата звернення: 13.07.2020).

## СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛ

43.The Tech Terms Computer Dictionary. URL: <http://techterms.com/> (дата звернення: 13.07.2020).

44.Urban Dictionary. URL: <http://www.urbandictionary.com/> (дата звернення: 13.07.2020).

45.Webopedia: Online Tech Dictionary for IT Professionals. URL: <http://www.webopedia.com/> (дата звернення: 13.07.2020).

46.Англійсько-український словник. Advanced. URL: <https://www.dict.com/%D0%B0%D0%BD%D0%B3%D0%BB%D1%96%D0%B8%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%BE-%D1%83%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%96%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%B8> (дата звернення: 13.07.2020).

47.Колисниченко Д.Н. Англо-русский толковый словарь компьютерных терминов : СПб. : Наука и техника, 2009. 280 с.

48.Словарь компьютерных терминов и Интернет-сленга. URL: <https://www.proacton.ru/about-internet/terms-glossary> (дата звернення: 13.07.2020.)

49.Толковый словарь компьютерных терминов URL: [http://www.tckt.ru/all\\_words.html](http://www.tckt.ru/all_words.html) (дата звернення: 13.07.2020).

50.Multitran. Онлайн-словарь. URL: URL: <https://www.multitran.ru/> (дата звернення: 13.07.2020).



## СПСОК ДОСЛІДЖУВАНИХ НЕОЛОГІЗМІВ

№ з/п	Приклад	Спосіб утворення
1.	<i>Amazon</i>	Метафоричне перенесення
2.	<i>amazonned</i>	Метафоричне перенесення
3.	<i>B2B</i>	абревіація
4.	<i>B2C</i>	абревіація
5.	<i>C2C</i>	абревіація
6.	<i>B2BC</i>	абревіація
7.	<i>born-digital</i>	Метафоричне перенесення
8.	<i>clicks and bricks</i>	Метафоричне перенесення
9.	<i>clicks and mortar</i>	Метафоричне перенесення
10.	<i>cybercash</i>	афіксація
11.	<i>cybercommerce</i>	афіксація
12.	<i>cybercurrency</i>	афіксація
13.	<i>cyber-entrepreneur</i>	афіксація
14.	<i>cybermall</i>	афіксація
15.	<i>cybermoney</i>	афіксація
16.	<i>cyberplaza</i>	афіксація
17.	<i>cybershopping</i>	афіксація
18.	<i>cyberventing</i>	афіксація
19.	<i>dotbam</i>	афіксація
20.	<i>dotbomb</i>	афіксація
21.	<i>dot-com</i>	афіксація
22.	<i>dotcom boom</i>	Метафоричне перенесення
23.	<i>dot-com economy</i>	Метафоричне перенесення
24.	<i>dot-com era</i>	Метафоричне перенесення
25.	<i>dot-commer</i>	Метафоричне перенесення

26.	<i>dot-commie</i>	Метафоричне перенесення
27.	<i>dot community</i>	Метафоричне перенесення
28.	<i>E-cash</i>	афіксація
29.	<i>E-money</i>	афіксація
30.	<i>e-cruitement</i>	афіксація
31.	<i>e-cruiter</i>	афіксація
32.	<i>e-entrepreneur</i>	афіксація
33.	<i>E-service</i>	афіксація
34.	<i>e-shopping</i>	Словоскладання
35.	<i>electronic shopping</i>	Словоскладання Метафоричне перенесення
36.	<i>e-tail</i>	Словоскладання
37.	<i>e-tailer</i>	Словоскладання
38.	<i>hotdot</i>	Словоскладання
39.	<i>m-commerce</i>	Словоскладання
40.	<i>Multi-channel shopping</i>	Словоскладання
41.	<i>netco</i>	Словоскладання
42.	<i>netpreneur</i>	Словоскладання
43.	<i>netvailaible</i>	Словоскладання
44.	<i>online company</i>	Словоскладання
45.	<i>ontrepreneur</i>	Словоскладання
46.	<i>Post and pray</i>	Словоскладання
47.	<i>Serial entrepreneur</i>	Словоскладання
48.	<i>Skyscraper ad</i>	Словоскладання
49.	<i>spamavalanche</i>	Словоскладання
50.	<i>t-commerce</i>	Словоскладання
51.	<i>tri-chanell</i>	Словоскладання
52.	<i>USE</i>	Словоскладання
53.	<i>username</i>	Словоскладання
54.	<i>v-commerce</i>	Словоскладання
55.	<i>webbepreneur</i>	Словоскладання
56.	<i>HTML - HyperText Markup Language</i>	Абревіація
57.	<i>SQL - Structured Query Language</i>	Абревіація
58.	<i>C2C- Customer-to-Customer</i>	Абревіація
59.	<i>2CB-Consumer-to-Business</i>	Абревіація
60.	<i>B2P -Business-to-Partners або Business-to-aLLiance [53, с.42]</i>	Абревіація
61.	<i>B2E- Business-to-Employee</i>	Абревіація
62.	<i>B2B2C- Business-to-Business-to-</i>	Абревіація

	<i>Customer</i>	
63.	<i>E2E Exchange-to-Exchange</i>	Абревіація
64.	<i>CEM (Contract Equipment Manufacturer)</i>	Абревіація
65.	<i>CIO (Chief Information Officer)</i>	Абревіація
66.	<i>CRM (Customer Relationships Management)</i>	Абревіація
67.	<i>CSRP- система (Customer Synchronized Resource Planning System)</i>	Абревіація
68.	<i>DAM-систему (Digital Asset Management)</i>	Абревіація
69.	<i>encryption</i>	Префіксально-суфіксальний спосіб
70.	<i>inbox</i>	Зрощення
71.	<i>online</i>	Зрощення
72.	<i>Data Mining</i>	Запозичення способом транскрипції
73.	<i>Data Warehousing</i>	Запозичення способом транскрипції
74.	<i>EAI (Enterprise Application Integration)</i>	Запозичення способом транскрипції
75.	<i>EDI (Electronic Data Interchange)</i>	Запозичення способом транскрипції
76.	<i>DSS (Decision Support Systems)</i>	Запозичення способом транскрипції
77.	<i>ERP- система (Enterprise Resource Planning System)</i>	Запозичення способом транскрипції
78.	<i>MES (Manufacturing Execution System)</i>	Запозичення способом транскрипції
79.	<i>IAC - провайдеру (Internet Application Collaboration)</i>	Запозичення способом транскрипції
80.	<i>KDD (Knowledge Discovery in Databases)</i>	Запозичення способом транскрипції
81.	<i>ODM (Original Design Manufacturer)</i>	Запозичення способом транслітерації
82.	<i>SRM (Supply Relationship Management)</i>	Запозичення способом транслітерації
83.	<i>SCM (Supply Chain Management)</i>	Запозичення способом транслітерації
84.	<i>Usability</i>	Запозичення способом калькування
85.	<i>VA (Value Adding) [50, с.423]</i>	Запозичення способом

		калькування
86.	<i>VPN (Virtual Private Network)</i>	Запозичення способом калькування
87.	<i>Business-to-Business</i>	Семантичне запозичення
88.	<i>Business-to-Customer</i>	Семантичне запозичення

**Декларація  
академічної доброчесності  
здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ**

Я, Гончарова Катерина Василівна, студент(ка) 2 курсу, форми навчання заочної, факультету іноземної філології, спеціальність 035 Філологія, освітньо-професійна програма Мова і література англійська, адреса електронної пошти [k.gon4arova@ukr.net](mailto:k.gon4arova@ukr.net)

– підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Шляхи і способи творення англійськомовної лексики галузі електронної торгівлі» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлений/ознайомлена;

– заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;

– згоден/згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою Інтернет-системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Дата \_\_\_\_\_

Підпис \_\_\_\_\_

ПІБ (студент) \_\_\_\_\_

## **SUMMARY**

The presented paper is dedicated to the analysis of such a topical problem as new vocabulary in the field of e-commerce.

The object of the work can be defined as to determine the ways and means of forming the vocabulary of e-commerce

The main aim of the paper consists in analyzing the ways, mechanisms and forms of the e-commerce lexical units forming. Achieving the goal contributes to solving the following tasks:

- to find out the peculiarities of the development of computer technologies and highlight their impact on the life of English-speaking society;
- describe the ways and means of forming new vocabulary in modern English;
- outline the morphological means of creating vocabulary (affixation, conversion, word formation, abbreviation) in modern English;

The ways of creating numerous neologisms related to the field of electronic commerce and the phenomenon of "synonymous polynomial" were investigated.



It has been found that the vocabulary of e-commerce is formed by changing the meaning of existing words, abbreviations, affixes or joining the bases of two or more existing words, as well as the formation of this vocabulary is borrowing from other languages. Not all methods are used to the same extent, and the word-forming weight of each of them is different in the process of forming new vocabulary.

The scientific novelty of the presented research lies in the investigation of the ways, mechanisms and forms of derivation of the e-commerce terminology

**Key words:** *e-commerce, neologism, Internet, affixation, abbreviations*