

Брутман А. Б.,*кандидат економічних наук,
завідувач кафедри іноземних мов професійного спілкування
Національного університету «Запорізька політехніка»***Горлачова В. В.,***кандидат філологічних наук,
доцент кафедри іноземних мов професійного спілкування
Національного університету «Запорізька політехніка»*

ДО ПИТАННЯ ПРО МЕТАФОРИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ АНГЛОМОВНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ ЗІ СФЕРИ «ЕЛЕКТРОННА ТОРГІВЛЯ»

Анотація. У статті досліджено особливості механізму метафоризації англomовної термінології зі сфери електронної торгівлі. Зазначена термінологія – система, що активно розвивається відповідно до потреб і особливостей сфери електронної торгівлі. Аналізована лексика має значний метафоричний потенціал, що репрезентує специфіку тлумачень людиною нових для себе понять.

Найбільш вживаними типами метафоризації в терміносистемі сфери електронної торгівлі стають онтологічні та структурні типи. Структурні метафори – це форма концептуалізації абстрактних понять завдяки відомим, «зрозумілим» елементам людського досвіду. Спираючись на структуровані, а тому конкретні та чіткі емпіричні компоненти, людина впорядковує та конкретизує абстрактне та нематеріальне. Онтологічні метафори, у свою чергу, визначають спроби проєктування матеріальних ознак об'єктів навколишнього світу на абстрактні поняття. В умовах переосмислення власного або колективного досвіду людина виокремлює деякі емпіричні факти й інтерпретує їх як дискретні явища. Цей механізм дозволяє узагальнювати, класифікувати, визначати кількість, оцінювати первісно абстрактні поняття.

Процеси та явища сфери електронної торгівлі часто репрезентуються завдяки метафоричному отожденню з біологічним і соціальним життям, його ознаками й етапами. Окремий блок термінів сфери електронної торгівлі має у своїй структурі колірні ад'єктиви. Власне як термін сфери електронної торгівлі ця лексична одиниця вже втрачає колірний компонент значення, проте її етимологічне коріння чітко пов'язане з колірною інформацією. Отже, відбувається семантичне спустошення власне в колірній номінації шляхом акцентування конотативних сем лексичної одиниці. Приклади термінів сфери електронної торгівлі, які утворюються шляхом метафоризації, мають яскравий образний характер. Аналіз концептуального осмислення колірної ознаки, що стає основою для створення терміна сфери електронної комерції, розкриває психолінгвістичні, лінгвокультурні та прагматичні особливості кольоро-сприйняття носіїв англійської мови. Так, традиційною є репрезентація ахроматичної опозиції «біле – чорне» як форми визначення аксіологічних принципів. Компонент «сірий» визначає перехідну зону, коли аксіологічні орієнтири чітко не виражені або наявність негативного досвіду виправдовується необхідністю. Ознака «червоне» традиційно пов'язана із ситуацією ризику, зелений колірний

сегмент як фізичний репрезентант ознаки «живе» у межах онтологічної метафори, позиціонується як компонент «актуальне \ життєспроможне». Компонент «рожевий» був залучений до створення терміна сфери електронної торгівлі завдяки грі слів. Частотними є приклади структурної метафоризації, у цьому разі серед термінів сфери електронної торгівлі багато запозичень із термінологічного словника інформаційних технологій.

Ключові слова: термін, метафора, лексема, структурна метафора, онтологічна метафора, сема.

Постановка проблеми. У наш час важко уявити життя без Інтернету та без онлайн-спілкування. Вони значно впливають на бізнес-діяльність; саме завдяки тенденціям сучасності все більше і більше компаній починають або переорієнтують свою професійну діяльність онлайн. Мова, яка, безумовно, відображає потреби та пріоритети людей, активно формує та розвиває особливу терміносистему – словник термінів електронної торгівлі. Зазначені терміни здебільшого – це англomовні лексеми та лексичні одиниці, вони мають багато спільностей з іт-вокабуляром і економічними термінами. Термінологія сфери електронної торгівлі являє собою симбіоз багатьох сучасних реєстрів мови, тому, на нашу думку, стає матеріалом для дослідження широкого кола лінгвістичних питань. **Актуальність нашого дослідження** зумовлена відсутністю комплексних робіт, присвячених розгляду особливостей термінів сфери електронної торгівлі. У межах нашої наукової розробки ми звернулися до сучасних англomовних словників економічних термінів, за допомогою методу суцільної вибірки обрали як **матеріал для дослідження** лексичні одиниці з поміткою «електронна торгівля».

Метою нашої лінгвістичної розвідки є окреслення особливостей метафоричного потенціалу термінів сфери електронної торгівлі. На наше переконання, це надасть змогу вирішити такі **завдання:** зафіксувати окремі продуктивні типи утворення похідних значень лексем, що поповнюють словник термінів електронної торгівлі; окреслити тенденції розвитку словника термінів електронної торгівлі; визначити специфіку перцептивних механізмів людини. Серед **методів дослідження**, використаних авторами, варто виокремити описовий метод, метод суцільної вибірки та семантичного аналізу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідниця О. Дуда звертається до вивчення процесів термінологізації в сучасній англійській мові, особливий інтерес до напрацювань авторки ми вбачаємо у зв'язку з тим, що вона аналізує матеріали літератури кредитно-банківської справи, лексика якої в багатьох випадках стосується об'єкта нашого дослідження [1]. Праці Л. Бондарчук присвячені розгляду лексико-семантичних трансформацій англо-українського перекладу лексики з економіки [2]. Серед українських лінгвістів, що працюють у цьому напрямі, варто також згадати О. Турчак, що зосереджується на дериваційних особливостях економічної термінології [3]. Основні тенденції ринку електронної комерції опинилися в полі зору багатьох дослідників економічної галузі. Т. Марусей наводить значний перелік закордонних і вітчизняних науковців, що звернули увагу на новий напрям сфери економічних відносин [4, с. 112].

Напрацювання О. Романової спрямовані на створення системи інформаційно-лінгвістичного забезпечення електронної комерції, одним із завдань стало створення російськомовного тезауруса термінів електронної торгівлі [5]. Оскільки в пострадянських країнах зазначена галузь та мовний функціональний реєстр, що її обслуговує, розвиваються під впливом англійських канонів і традицій, то дослідниця підкреслює значну кількість запозичень з англійської мови.

Словник термінів сфери електронної торгівлі за логічними причинами має велику кількість спільних компонентів зі словником термінів комп'ютерних технологій, тому теоретичні та практичні надбання лінгвістів у зазначеній сфері також опинилися в центрі нашої уваги [6]. У своїй статті А. Сидор зазначає, що в англійському іт-словнику спостерігається тенденція метафоричного переосмислення загальномовних лексичних одиниць на шляху до їхньої термінологізації: "There is a kind of transition of commonly understood meaning to terminological based on metaphorical and metonymic rethinking of the first. In this case we are not talking about the different meanings of the word, but about different words, such as *handshake* – handshaking, this term refers to the method of control of synchronous forwarding of data to a slow peripheral device such as a printer, in which each transfer operation requires a confirmation signal <...>" [6, с. 233].

Цілі та завдання нашого напрацювання потребують визначення поняття *метафора* та розгляду класифікаційних типів метафор. У лінгвістичному аспекті пояснення механізму метафоризації здійснюється на підставі семної динаміки: метафоризація відбувається, коли інтегральна сема втрачає свою домінантність у структурі значення лексеми, поступаючись місцем, у свою чергу, диференційній або потенційній семі. Дослідники, що працюють у межах напрямку когнітивної семантики, визначають метафоризацію механізмом мислення та процесів створення світосприйняття й образів. У когнітивній лінгвістиці більшість учених схильються до підтримки діяльничної теорії концептуальної метафори, що була запропонована Дж. Лакоффом і М. Джонсоном [7]. Тож поширене тлумачення терміна *метафора* є таким – свідоме використання знаку однієї концептуальної сфери на позначення складника іншої, воно притаманне повсякденній мові й мисленню людини, а не лише художньому тексту; метафоричні процеси скеровані досвідом, набутим у межах спільної діяльності етносу. Подальші напрацювання пов'язані з визначенням термінів *домен* (концептуальна сфера), *джерело*, або *донорська зона* (домен, що постачає

знаки, які переносять до іншої сфери), *мішень*, або *реципієнтна зона* (сфера, що запозичує знаки із джерела). Дж. Лакофф і М. Джонсон визначали структурні, орієнтаційні й онтологічні метафори. Найвні й інші класифікації метафор. Так, дослідниця О. Селіванова визначає структурний, дифузний, гештальтний, сенсорний, архетипний і аксіологічний різновиди метафор [8]. У цій статті ми спираємося на традиційну класифікацію, запропоновану американськими дослідниками.

Виклад основного матеріалу. За нашими спостереженнями, найбільш поширеними типами метафоричних моделей, що залучені до створення англійської термінології зі сфери електронної торгівлі, є структурний і онтологічний. Значна кількість термінів сфери електронної комерції є прикладами онтологічних метафор. Дії онлайн та, у свою чергу, онлайн-придбання позиціонуються як форми, категорії, етапи життя, наприклад, термін *lifecycle stage* зі значенням "ine-commerce mainly refers to the stages a product undergoes before becoming mature. It is a course of events that brings a new product into existence by growing through the main 5 phases" [9]. Тобто поява та продаж товару прирівнюється до етапів розвитку живих істот.

Велика кількість онтологічних метафор в англійській термінології зі сфери «електронна торгівля» мають колірну суть (*Black Friday, black hat / white hat, be in black / be in red, go in to black / go in to red, evergreen content, pink contract*). Звернімося до етимології зазначених метафоричних утворень. Так, терміном *Black Friday* позначають день після свята Дня Подяки, цей день характеризують як найбільш прибутковий та сприятливий для торгівлі та придбань. Традиційно кольоропозначення *black* в англійській культурі пов'язано з негативним досвідом людини (смерть, втрата, траур) або таємничістю, чимось невідомим. Метафоричне використання кольорного ад'єктива у структурі терміна *Black Friday* початково було пов'язано з компонентом «негативний досвід людини» – "<...> Black Friday is the name given to the shopping day after Thanks giving. It was originally called Black Friday because the volume of shoppers created traffic accidents and sometimes even violence. Police coined the phrase to describe the mayhem surrounding the congestion of pedestrian and auto traffic in downtown shopping areas" [9]. Отже, первісне значення «чорна п'ятниця» – «трагічна п'ятниця» не відповідало маркетинговим потребам, тому завдяки семантичному спустошенню та перерозподілу ядерних і периферійних сем, а саме – «трагічне», «траурне», які вийшли з денотативно-сигніфікативного макрокомпонента, поступаючись місцем темпоральній семі «нічне, те, що відбувається вночі», та потенційним семам «таємниче» / «невідоме», словосполучення *Black Friday* набуло нового термінологічного значення.

Опозиція біле (позитивне / безпечне) – чорне (негативне / небезпечне) представлена в термінах *black hat / white hat*, порівняйте: "black hat – a term used to describe a hacker who has the intention of causing damage or stealing information", проте "white hat – a hacker whose intentions are not criminal or malicious" [9]. Ці лексичні одиниці мають етимологічний зв'язок із кінематографом і визначенням позитивних та негативних персонажів вестернів. Ті, хто носили білий капелюх, визначалися як позитивні герої, власники чорних капелюхів уособлювали лиходіїв. У межах термінології сфери електронної торгівлі зазначене дихотомічне протиставлення було доповнене лексичною одиницею «сірий капелюх» – "<...> there are grey areas that are neither black nor white. Grey hat hackers are a blend of both

black hat and white hat activities. Often, grey hat hackers will look for vulnerabilities in a system without the owner's permission or knowledge. If issues are found, they will report them to the owner, sometimes requesting a small fee to fix the issue. If the owner does not respond or comply, then sometimes the hackers will post the newly found exploit online for the world to see" [9]. Аксіологічний статус лексеми *grey* фіксується загальноновними лексикографічними виданнями, наприклад: "grey are a used to talk about a situation in which something is not clearly a particular thing, so that people are not sure how to deal with it" [12, с. 769]. Ця лексема ввійшла і в економічну термінологію: "grey market the system by which people buy and sell goods that are hard to find, in a way that is legal but not morally good or correct <...> 2 technical situation in which people are officially made available to be sold for the first time" [12, с. 769].

Варто звернути увагу на те, що в межах опозиції «чорне – червоне» у термінології сфери електронної торгівлі засвоєна традиційна метафорична модель з економічної терміносистеми *go into black* (відсутність фінансових проблем) / *go in to red* (наявність фінансових проблем) [10]. «Колірні» особливості економічної та бухгалтерської терміносистем опиняються в центрі уваги сучасних дослідників [11].

Термін *evergreen content* також являє собою метафоричне утворення, звернімося до дефініції: "Evergreen content is content that is always relevant – much like the way evergreen trees retain their leaves all year around. Interesting and relevant content that does not become dated is necessary in order to be found online by search engines" [9]. Отже, семи «незмінність», «сталість» почали домінувати у структурі термінологічної одиниці, а власне колірні номінації відійшли на другий план.

Ще одним прикладом колірної метафори в термінології сфери електронної торгівлі є словосполучення *pink contract*, яке тлумачать як "an agreement between an email spammer and the spammer's Internet service provider. The contract exempts the spammer from the provider's terms of service, which typically prohibit spamming. In return, the spammer pays far more money for an internet connection than non-spammers" [10]. Окрім значення «небажане електронне листування», в англійській мові лексема *spam* має значення "a brand name for a type of meats old in metal containers, made mostly from pork (= meat from a pig)" [12, с. 1686]. Отже, зазначений метафоричний ланцюжок має декілька етапів: у лексемі *spam* як бренду м'яса актуалізується сема «рожевий», вона використовується як евфемістичний заміник лексеми *spam* у значенні «небажане електронне листування» і вже на останньому етапі стає компонентом терміна сфери електронної торгівлі.

З терміносистеми інформаційних технологій у вокабуляр сфери електронної торгівлі запозичено значну кількість термінів, які утворені завдяки структурній метафоризації в межах фреймів «Інтернет – це книга», «Інтернет – водний ресурс», «Інтернет – це дорога або подорож». Звернімося до прикладів: "landing page in digital marketing, a landing page is a standalone web page, created specifically for the purposes of a marketing or advertising campaign. It's where a visitor "lands" when they have clicked on a Google Ad Words ad or similar" [9]. У цьому прикладі реалізується метафоричне визначення «переміщення інтернет-покупця між блоками рекламної інформації» як переліт із приземленням у конкретній місцевості. Інший приклад, *path length* зі значенням "Google report summarizes how long

(in interactions) it took your website visitors to finally become customers" [10]. Тобто пошук товару та роздуми над його придбанням привінують до шляху того, хто подорожує. Зі сфери інформаційних технологій також запозичений термін *traffic* зі значенням "number of visitors that a web page receives" [9]. Звернімося до інших тлумачень у лексикографічних виданнях: "the vehicles moving a long a road or street <...> 3 the movement of people or goods by aircraft, ships or trains <...> traffic flow steady movement of traffic" [12, с. 1874].

Висновки. Отже, електронна торгівля – «молода» сфера бізнес-діяльності людини, проте вона активно розвивається, що засвідчує і розвиток термінологічного вокабуляру, адже мова реагує на потреби номінації своїх носіїв. Найбільш поширеними типами метафори, що залучені до утворення термінологічних одиниць сфери електронної комерції, варто визнати структурні й онтологічні. Антропоцентричний принцип домінує під час утворення метафоричних комплексів зазначеної сфери, дії та процеси, що репрезентуються завдяки термінам сфери електронної торгівлі, імітують офлайн-життя людини. Метафоричні механізми ґрунтуються на психолінгвістичних, лінгвокультурних і аксіологічних особливостях світосприйняття носіїв англійської мови. Серед тенденцій розвитку словника сфери електронної торгівлі варто визначити наявність декількох джерел поповнення термінологічної лексики – створення власних одиниць та залучення одиниць із різних термінологічних систем, зазвичай це споріднені вокабуляри (економічна термінологія, кредитно-банківська та сфера іт-технологій). Наявні приклади засвоєння висловів із неспоріднених із зазначеними сферами (кінематограф, звіти речників департаменту поліції тощо). Зазвичай приклади термінів сфери електронної комерції, які утворені шляхом метафоризації, мають яскравий образний характер. Серед перспективних напрямів подальших досліджень ми вбачаємо огляд етимологічних коренів термінологічних одиниць сфери електронної торгівлі, визначення семантичного перерозподілу у значенні лексичної одиниці в разі транзиту її до складу аналізованої терміносистеми, опис спільностей та відмінностей термінів сфери електронної торгівлі з конституїентами дотичних терміносистем.

Література:

1. Дуда О. Процеси термінологізації в сучасній англійській мові (на матеріалі літератури з кредитно-банківської справи) : автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Київ, 2001. 19 с.
2. Бондарчук Л. Лексико-семантичні трансформації англо-українського перекладу фахової лексики з економіки. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. 2006. № 27. С. 153–155.
3. Турчак О. Особливості словотвору економічної термінології. *Вісник Дніпропетровського університету ім. Альфреда Нобеля*. Серія «Філологічні науки». 2016. №2 (12). С. 247–252.
4. Марусей Т. Основні тенденції розвитку ринку електронної комерції в Україні. *Економіка і суспільство*. 2018. Вип. № 14. С. 111–115.
5. Романова Е. Разработка системы информационно-лингвистического обеспечения электронной коммерции : автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.13. Москва, 2006. 21 с.
6. Сидор А. Лексичні особливості сфери інформаційних технологій у сучасній англійській мові. *Вісник ЗНУ*. Серія «Філологічні науки». 2016. № 1. С. 232–236.
7. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафори, котрими ми живем. Москва : Едиториал УРСС, 2004. 256 с.

8. Селіванова О. Актуальні напрями сучасної лінгвістики : аналітичний огляд. Київ : Фітосоціоцентр, 1999. 148 с.
9. Economics A-Z terms. URL: <https://www.economist.com/economics-a-to-z/> (accessed on 20 May 2019).
10. Black John, Hashimzade Nigar, Myles Gareth. Oxford Dictionary of Economics. URL: <https://www.oxfordreference.com/view/10.1093/acref/9780199237043.001.0001/acref-9780199237043/> (accessed on 20 May 2019).
11. Кербер Е., Костерина Ю. Цветовая метафора в англоязычной экономической терминологии. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. Серия «Языкознание». Тамбов : Грамота, 2017. № 6 (72) : в 3-х ч. Ч. 1. С. 89–91.
12. Longman Dictionary of Contemporary English. New edition. For Advanced Learners: Pearson Education Limited. 2012. 2081 p.

Brutman A., Horlachova V. About metaphorical potential of English terminology of e-commerce sphere

Summary. The article deals with peculiarities of metaphorical process of English terminology of e-commerce sphere. Analyzed terminology is a system that has been developing in accordance with needs and special features of e-commerce sphere. These lexical units have huge metaphorical potential which represents peculiarities of human's understanding of new notions of the reality.

Among the most frequently used types of metaphorical process in the terminological vocabulary of e-commerce sphere we can define ontological and structural types. Struc-

tural metaphors – is a conceptualization abstract notions due to known and clear elements of human's experience. On the basis of structural, certain and clear empirical components person arranges and specifies abstract and intangible knowledge. Ontological metaphors in their turn are the attempts to reflect tangible features of objects of the surrounding world on abstract notions. In terms of re-thinking personal and people's experience person distinguish some empirical facts and interprets them as discrete phenomena. This mechanism is a way to generalize, classify, define quantity and evaluate abstract notions.

Processes and phenomena of e-commerce sphere are often represented due to metaphorical identification to biological or social life, its features and stages. Separate part of e-commerce sphere terms has color adjectives. As a part of e-commerce sphere term this lexical unit as lost color meaning, but etymological roots are linked to color feature. In this way color semes come out of central part of the meaning and are exchanged with connotative non-color semes of the lexical unit. Conceptual rethinking of color feature which is a basis for creating e-commerce sphere term reveals psycholinguistic, cultural and pragmatic peculiarities of “color” understanding English-language speakers. Among the examples of structural metaphorization in e-commerce sphere terms there are frequent borrowings from it technology terms vocabulary.

Key words: term, metaphor, lexeme, structural metaphor, ontological metaphor, seme.