

УДК 811.111:004.738.1-044.332:659.166]:811.161.2
DOI <https://doi.org/10.32782/fohium/2025.7.34>

АДАПТАЦІЯ ТЕРМІНОЛОГІЇ АНГЛОМОВНИХ САЙТІВ ПРОДАЖУ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ: ФУНКЦІЙНО-СЕМАНТИЧНИЙ АСПЕКТ

Дмитро Чебоненко

аспірант,

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

ORCID ID 0000-0003-2071-2796

tretiakes@gmail.com

Ключові слова: локалізація,
термін, функція, семантика,
онлайн-торгівля, переклад.

У статті розглянуто функціонал та семантику сучасної термінології англomовних сайтів продажу для коректної адаптації таких торговельних онлайн-ресурсів українською мовою. Виокремлено функції термінів англomовних комерційних сайтів (номінативну, визначальну, комунікативну, когнітивну, евристичну, рекламну, регулятивну). Виявлено полісемію та поліфункційність у межах терміносистеми англomовних комерційних сайтів, яка постійно оновлюється. Встановлено, що за структурно-семантичними ознаками номенклатурні лексичні одиниці поділяються на: однослівні (складають основу досліджуваної терміносистеми), терміни-словосполучення та багатокомпонентні терміни. Вказано на те, що багатозначність термінів англomовних сайтів продажу може здійснювати негативний вплив на взаємодію з різними категоріями споживачів за умови відсутності колективної згоди контент-менеджерів і клієнтів щодо значень лексичних одиниць. Констатовано, що термінологія англomовних сайтів продажу орієнтована на: чітке позначення видів послуг, ідентифікацію товарів серед десятків тисяч інших позицій, створення категорій та класифікацій специфічних понять галузі. Продемонстровано, що терміни можуть бути регуляторами, які забезпечують правову визначеність, дотримання порядку у процесі реалізації товарів або послуг, а також юридичну коректність угод, у такий спосіб підкреслюючи унікальність контенту, сприяючи міжкультурному порозумінню та стимулюючи бажання клієнтів придбати товари або скористатися послугами. Представлені матеріали є корисними як для клієнтів онлайн-крамниць, так і для фахівців, які професійно займаються локалізацією англomовних торговельних онлайн-ресурсів українською мовою, оскільки поглиблення знань щодо користування новітньою термінологією сайтів продажу є передумовою до інновацій та формування нових потреб на ринку.

ADAPTATION OF THE TERMINOLOGY OF ENGLISH-LANGUAGE SALES SITES INTO UKRAINIAN: FUNCTIONAL-SEMANTIC ASPECT

Dmytro Chebonenko

Postgraduate Student,

National Technical University of Ukraine

“Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute”

Key words: *localization, term, function, semantics, online shopping, translation.*

The article examines the functionality and semantics of English-language sales sites' modern terminology for the correct adaptation of such online shopping resources into Ukrainian. The functions of English-language commercial sites' terms are highlighted (nominative, defining, communicative, cognitive, heuristic, advertising, regulatory). Polysemy and polyfunctionality are revealed within the terminological system of English-language commercial sites, which is constantly updated. It's established that according to structural and semantic features, nomenclatural lexical units are divided into: single-word (which form the basis of the studied terminological system), terms-phrases and multi-component terms. It's indicated that the ambiguity of English-language sales sites' terms may have a negative impact on interaction with different categories of consumers because of the absence of collective agreement of content managers and clients on the meanings of lexical units. It was found that the terminology of English-language sales sites is focused on: clear designation of types of services, identification of goods among tens of thousands of similar items, creation of categories and classifications of specific concepts of the industry. It was demonstrated that terms can be regulators that ensure legal certainty, compliance with order in the process of selling goods or providing services, as well as legal correctness of transactions, thus emphasizing the uniqueness of the content, promoting intercultural understanding and stimulating the desire of customers to purchase goods or use services. The presented materials are useful both for customers of online stores and for specialists who are professionally engaged in the localization of English-language online shopping resources into Ukrainian, since deepening knowledge of the use of the latest terminology of sales sites is a prerequisite for innovation and the formation of new needs in the market.

Вступ. Забезпечення високої продуктивності англomовної онлайн-торгівлі вимагає від контент-менеджерів і продавців застосування на своїх сайтах найбільш влучної та зрозумілої для наявних і потенційних користувачів термінології. Однак під час локалізації сайтів продажу іншими мовами, початковий функціонал та семантичне значення таких лексичних одиниць (далі – ЛО) може змінюватися, що не дозволяє здійснити якісний та точний переклад, підібрати вдалі відповідники для україномовної версії сайту. Отже, висвітлення функцій та семантики термінології англomовних сайтів продажу є актуальним і сприятиме коректній адаптації цих торговельних онлайн-ресурсів українською мовою.

Мета статті – висвітлення семантики та функціоналу термінології англomовних сайтів

продажу для якісної адаптації таких торговельних онлайн-ресурсів українською мовою.

Завданням дослідження є витлумачення семантичного значення різних за функціоналом термінів англomовних сайтів продажу та подання їх україномовного варіанту перекладу.

Вивчаючи семантику англomовних термінів, науковці констатували, що термінологія постійно оновлюється, розширюючи свій спектр значень. Зокрема, як зазначає Н. Валуєва, англomовні терміносистеми характеризуються «...наявністю багатокомпонентних термінів-словосполучень, велика кількість з яких представлена поєднанням загальноновживаної ЛО з терміном певної галузі, що призводить до появи нового значення загальноновживаної лексики у більш вузькому, або навпаки – більш широкому значенні» (Валуєва, 2022).

Відтак виникає багатозначність у межах терміносистеми комерційних сайтів. Однак, Н. Нікуліна висловлює думку, що «На відміну від міжсистемної полісемії, внутрішньосистемну полісемію...трактують як негативне явище, що ускладнює комунікацію» (Нікуліна, 2016). Полісемія термінів на сайтах продажу може здійснювати негативний вплив на взаємодію з різними категоріями споживачів, але лише за умови, якщо споживачі у повній мірі не володіють термінологією сфери онлайн-торгівлі, а продавці та контент-менеджери невдало її застосовують. Іншими словами, потрібна певна колективна згода вищезгаданих комунікантів щодо значень ЛО, про що пише Я. Тікан: «...терміни, які є одиницями будь-якої природної або штучної мови, мають певне ЛО в результаті спонтанної або особливо свідомої колективної згоди» (Тікан & Мельничук, 2022).

З набуттям нових значень, функціонал термінів розширюється залежно від галузі застосування. Разом з тим, «аналіз емпіричних даних засвідчує, що поліфункційність досліджуваного явища виявляється у поєднанні номінативної та комунікативної функцій» (Shvachko, 2013) – запевняє С. Швачко. Подібне твердження висуває й Д. Гібер, додаючи, що термін може виконувати декілька функцій без зміни своєї форми: «Поліфункційними називають ЛО, які можуть реалізовувати більш ніж одну комунікативно-дискурсивну функцію... без будь-яких зовнішніх формальних змін» (Hieber, 2021).

Загалом науковці вивчали полісемію та поліфункційність як окремі лінгвістичні феномени, так і з точки зору ЛО різних галузей, проте семантичні значення та набір функцій термінології англomовних сайтів продажу досі лишаються недослідженими, що зумовлює актуальність дослідження.

Матеріал і методи дослідження. Група дослідників (Moiseienko et al., 2021) поділили терміни за структурно-семантичними ознаками на: ті, що виражені одним словом, терміни-словосполучення (двокомпонентні) та багатокомпонентні терміни. **Однослівними** термінами науковці назвали «прості терміноодиниці... створені методом афіксації або переосмислення загальнолітературного слова» (Шашкіна et al., 2021). Прикладами однослівних термінів, що складають основу терміносистеми англomовних онлайн-крамниць, є такі ЛО, як-от: *pretail*, *tooltip*, *viral* тощо. Заразом **двокомпонентні** терміни витлумачені як «складні терміноодиниці... що характеризуються цільнооформленістю й утворюються методом складання або переосмислення загальноживаного слова» (Шашкіна et al., 2021).

Терміни-словосполучення також часто застосовуються на сайтах продажу, наприклад: *Customer Inbox*, *Super Saver*, *Access Restriction* та ін. **Багатокомпонентними** термінами О. Юрченко позначила «сполуки, у структуру яких входить декілька лексем» (Юрченко, 2019). Прикладами багатокомпонентних термінів галузі електронної комерції є такі ЛО: *End-of-season clearance sale*, *Interactive Feature Demonstration Panel*, *Automated Marketplace Seller Rating Enforcement Tool* тощо.

Для визначення функціоналу та семантики поданих вище різновидів термінів англomовних сайтів продажу, скористаємося методами порівняльного, контекстуального, дефініційного, семантичного та функційно-стилістичного аналізу.

Результати та обговорення. Наразі жодне з доступних наукових джерел не пропонує системного переліку функцій термінів англomовних сайтів продажу, а отже виокремимо функції, підібрані на основі загальних концепцій термінології у контексті практики англomовних торговельних онлайн-ресурсів.

Особливістю **номінативної** функції, за словами вчених, є те, що «...вона позначає спеціальне поняття певної сфери людської діяльності... відображає назву або позначення певних понять, предметів, процесів та явищ» (Yankovets et al., 2023). Термінологія англomовних сайтів продажу орієнтована на чітке позначення видів послуг, ідентифікацію товарів серед десятків тисяч інших позицій, створення категорій та класифікацій ЛО галузі.

Визначальну функцію дослідники описують так: «Кожен термін корелюється з чітким окремим визначенням, яке зосереджено на відповідній концепції» (Yankovets et al., 2023). Стосовно термінології онлайн-крамниць ця функція відіграє особливу роль, оскільки сайти продажу містять терміни, пов'язані з фінансовими операціями, гарантією якості, нюансами доставки товарів тощо. Такі спеціальні ЛО уніфікують термінологію та репрезентують закладений зміст.

Комунікативну функцію терміну Л. Овсієнко характеризує «...як засіб передавання рецепієнтові певної змістової і супутньої (стилістичної) інформації зі встановленням зворотного зв'язку» (Ovsienko, 2022). Разом з тим, терміни сайтів продажу не тільки слугують засобами комунікації між продавцем, комерційною онлайн-платформою та споживачем, а також сприяють міжкультурному порозумінню, викликають довіру клієнтів і відчуття прозорості процесу купівлі-продажу.

Когнітивна функція, як пише Л. Овсієнко, «...визначає термін як результат довготривалого процесу пізнання сутності предметів, явищ об'єктивної дійсності і внутрішнього життя людини, як вербалізування спеціального концепту» (Ovsienko, 2022). Іншими словами, такі терміни сайтів продажу стандартизують знання та формують уявлення споживачів про товари та послуги. Дослідниця також додає, що «**евристична** – є функцією участі в науковому пізнанні й відкритті істини» (Ovsienko, 2022). Поглиблення знань покупців щодо використання термінології сайтів продажу сприяє формуванню нових потреб на ринку та інноваціям у сфері онлайн-торгівлі.

Одне із найголовніших завдань термінології сайтів продажу є виконання **рекламної функції**. Це підтверджує Д. Бігунов, зазначаючи, що «реклама є однією зі сфер функціонування термінології, котра характеризується специфічним уживанням професійної лексики з метою досягнення інформаційного сугестивного ефекту для успішного збуту товарів та послуг» (Бігунов, 2020). Вдало застосована термінологія комерційних сайтів стимулює бажання клієнтів придбати товари або скористатися послугами, підкреслюючи унікальність контенту.

Регулятивну функцію О. Тур описала як таку, що «...спрямована на формування та забезпечення стабільної, узгодженої й ефективної діяльності всіх членів соціальної комунікації» (Тур, 2018). Певні терміни англомовної терміносистеми сайтів продажу є регуляторами, які забезпечують правову визначеність, дотримання порядку у процесі реалізації товарів або послуг, а також юридичну коректність угод.

Для проведення функційно-семантичного аналізу використаємо усі перелічені різновиди термінів та їх функцій і представимо у таблиці 1.

Висновки. Проаналізувавши термінологію англомовних сайтів продажу, робимо висновок, що ЛО торгівельних онлайн-ресурсів тяжіють до полісемії та поліфункційності, водночас номінативна та визначальна функції є основними для термінів цієї галузі. Подальші дослідження торкатимуться стилістичного аспекту термінології англомовних сайтів продажу (тону голосу, культурних особливостей, ідіом і жартів, форматів тексту, одиниць вимірювання, типографіки, стилів виділення та висунення тексту на перший план тощо), а також загального впливу стилістики тексту на семантику та функціонал термінів комерційних сайтів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бігунов, Д.О. (2020). Особливості рекламного тексту. *Закарпатські філологічні студії*, вип. 14, Том № 1, С. 271–275. DOI: <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2020.14-1.50>
2. Валуєва, Н.М. (2022). Структурно-семантичний аналіз багатокомпонентних англомовних термінів-словосполучень. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*, 58, 264–268. DOI: <https://doi.org/10.32841/2409-1154.2022.58.59>
3. Нікуліна Н. (2016) Явище полісемії в термінознавстві (на матеріалі транспортної термінологічної мегасистеми). *Вісник Національного університету Львівська політехніка. Серія: Проблеми української термінології*, 842, 96–99.
4. Тікан, Я., & Мельничук А. (2022). Структурно-семантичні особливості англомовної терміносистеми екомаркетингу. *Advanced Linguistics*, 10, 81–86. DOI: <https://doi.org/10.20535/2617-5339.2022.10.267198>
5. Тур, О.М. (2018). *Документознавча термінологія: проблеми уніфікації та стандартизації* : монографія. Кременчук. 301 с. URL: www.kdu.edu.ua/new/PHD_vid/Monograph_Tur
6. Шашкіна, Н.І., Дружиніна, Л.В., & Соколова, К.В. (2021). Критерії відбору термінологічної лексики для навчального словника (на матеріалі термінології будівництва й архітектури). *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*, вип. 51, Том 1, 136–139. DOI: <https://doi.org/10.32841/2409-1154.2021.51-1.32>
7. Юрченко, О.О. (2019). Структурно-семантичні особливості багатокомпонентних термінів англомовних наукових текстів галузі матеріалознавства. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації*, Том 30(69), вип. 1, Ч. 1, 124–128. URL: https://philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2019/1_2019/part_1/24.pdf
8. Hieber, D.W. (2021). Lexical polyfunctionality in discourse: A quantitative corpus-based approach. *UC Santa Barbara*. 207 p. URL: <https://escholarship.org/uc/item/0x36d15m>
9. Moiseienko, S.M., Lisetskyi K.A., & Kondrashova, A.V. (2021). Lexical and semantic peculiarities of terms of the modern English scientific and technical discourse. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*, 49, Том 1, 140–143. DOI: <https://doi.org/10.32841/2409-1154.2021.49-1.34>

Функційно-семантичний аналіз термінів сайтів продажу

Англомовний термін	Функція	Семантичне значення	Переклад українською мовою
Pretail	Номінативна, Визначальна	Стратегія, за якої товари пропонують до офіційного релізу	Перепродаж перед релізом
Yield management	Номінативна, Визначальна	Оперативне регулювання цін на основі попиту	Управління прибутковістю
Omnichannel Customer Loyalty Program	Номінативна, Визначальна	Програма лояльності, інтегрована під онлайн- та офлайн-канали і мобільні застосунки	Мультиканальна програма лояльності
Customizable	Визначальна	Можливість адаптації товару чи послуги під потреби клієнта	Адаптивний
Cross-border trade	Визначальна, номінативна	Форма торгівлі, що характеризується виходом за межі однієї країни	Транскордонна торгівля
Hyper-Personalized Recommendation Engine	Визначальна, рекламна	Система рекомендацій, яка враховує поведінку клієнта, історію замовлень та інші фактори	Гіперперсоналізована система рекомендацій
Cobrowsing	Комунікативна, визначальна, евристична	Синхронний перегляд вебсторінки користувачем і консультантом	Спільний перегляд
Customer Inbox	Комунікативна, визначальна	Персональна скринька клієнта, куди надходять сповіщення про товари, акції, знижки тощо	Скринька клієнта
End-to-End Customer Interaction Flow	Комунікативна, визначальна	Обслуговування клієнта на всіх етапах взаємодії з магазином	Повний цикл взаємодії з клієнтом
Tooltip	Когнітивна, комунікативна, номінативна, визначальна	Коротка підказка, яка з'являється при наведенні курсора	Коротка підказка
Smart Guide	Когнітивна, комунікативна, визначальна	Віртуальний помічник на сайті, створений на основі штучного інтелекту	ШІ-помічник
Interactive Feature Demonstration Panel	Когнітивна, визначальна	Інтерактивна панель для демонстрації функцій продукту	Демонстраційна інтерактивна панель
Repathing	Евристична, визначальна	Перенаправлення користувача за найбільш ефективним для придбання товару маршрутом	Перенаправлення
Exploration Tool	Евристична, номінативна, визначальна	Програма, що дозволяє споживачу досліджувати нові категорії товарів, функції сайту тощо	Інструмент для дослідження
Adaptive Decision-Making Support Dashboard	Евристична, визначальна	Програма, що допомагає клієнту ухвалити рішення про купівлю товарів чи замовлення послуг	Адаптивна панель підтримки ухвалення рішень
Viral	Рекламна, визначальна	Товар або контент, що миттєво поширюється у мережі	Вірусний
Super Saver	Рекламна, номінативна, визначальна	Товар або послуга, що суттєво економить кошти клієнта	Супер-заощаджувач
End-of-season clearance sale	Рекламна, визначальна	Кінцевий розпродаж залишків товарів певного сезону	Сезонний розпродаж
Autocancel	Регулятивна, номінативна, визначальна	Автоматичне скасування замовлення через невиконання певних умов	Автоскасування
Access Restriction	Регулятивна, визначальна	Обмеження доступу користувача до певних функцій на сайті	Обмеження доступу
Automated Marketplace Seller Rating Enforcement Tool	Регулятивна, визначальна	Програма, що примушує продавців показувати свій рейтинг користувачам сайтів продажу	Інструмент примусового показу рейтингу

10. Ovsienko, L.M. (2022). Polyfunctionality of the term in modern terminology. *Messenger of Kyiv National Linguistic University. Series Philology*, 25, 89–97. DOI: <https://doi.org/10.32589/2311-0821.1.2022.263119>
11. Shvachko, S.O. (2013). Polyfunctionality of the English quantitative words. *Journal of Education Culture and Society*, Vol. 4, № 2, 208–214. DOI: [10.15503/jecs20132-208-214](https://doi.org/10.15503/jecs20132-208-214)
12. Yankovets, O., Mitrousova, T., Svintsitska, O., Mychkovska, V., & Bahrii et al. (2023). Functions

of the terminological units of English border terminology. *World Journal of English Language*, 13(1), 200–204. DOI: <https://doi.org/10.5430/wjel.v13n1p200>.

Отримано: 27.08.2025

Прийнято: 02.10.2025

Опубліковано: 30.10.2025

