

УДК 81.111' 366: 658.6

Корнева Е.Ф.

(г. Москва)

МОРФОЛОГИЧЕСКИЕ СПОСОБЫ ОБРАЗОВАНИЯ
НЕОЛОГИЗМОВ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ
(НА МАТЕРИАЛЕ ТЕРМИНОЛОГИИ МАРКЕТИНГА
И ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА)

Аннотация. Данное исследование обусловлено бурным научно-техническим прогрессом последних двух десятилетий, в результате которого появились новые способы общения людей и продаж. Терминология маркетинга постоянно продолжает пополняться лексикой из области информационных и компьютерных технологий. Статья посвящена особенностям образования современных неологизмов маркетинга и интернет-маркетинга. Были выявлены продуктивные способы аффиксации, словосложения и аббревиации. Параллельно автором дается характеристика каждого словообразовательного элемента.

Ключевые слова: маркетинг, неологизм, терминология, образование терминов, суффикс, префикс, аббревиатура, значение, существительное, глагол, прилагательное.

E. Korneva

(Moscow)

MORPHOLOGICAL METHODS OF WORD-BUILDING OF
NEOLOGISMS (BASED ON THE TERMINOLOGY OF MARKETING
AND INTERNET-MARKETING IN THE ENGLISH LANGUAGE)

Abstract. This research is determined by the rapid scientific and technical advance during two last decades. As a result, new ways of communication between people and sellings have appeared. The terminology of marketing is constantly expanding due to the words from information and computer technologies thesaurus. The article is dedicated to the particularities of word-formation of neologisms in marketing and internet-marketing. The productive methods of affixation, composition and abbreviation have been distinguished in the course of analysis. Simultaneously the author characterizes each derivational element.

Key words: marketing, neologism, terminology, derivation of terms, suffix, prefix, abbreviation, meaning, noun, verb, adjective.

Маркетинг – это одна из областей, которую в наибольшей степени затронул научно-технический прогресс. Речь идёт не только о новых видах торговли, рекламы, контактов, но и, как отражение этого, о появлении новых значений, новых слов и языковых структур. Научные открытия, научное сотрудничество ведут к интернационализации терминологии, международные контакты также имеют следствием определенную интернационализацию словарного состава в целом [2, с. 128]. Потребность в номинации приводит к постоянному пополнению лексического состава языка, к созданию специальных терминов-слов и формированию целых терминосистем [3, с. 24]. Исследование любой терминологической системы позволяет расширить представление о способах создания терминов, их структуре, а также об особенностях их функционирования.

Для терминологии характерна системность, однозначность и предельная точность. Слово в терминологической системе обладает особой семантикой, которая поддерживается всей терминологической системой. Несмотря на то, что употребление терминов обычно ограничено рамками определенной сферы деятельности, они выполняют те же функции, что и слова общелитературного языка: номинативную, сигнификативную и др.

Целью данного исследования является изучение терминологии маркетинга в английском языке по специализированным словарям и учебникам, что до настоящего времени не подвергалось системному описанию, а также создание терминологических ресурсов в связи с развитием различных форм торговли.

Терминология маркетинга очень разнообразна. С одной стороны, признаком специальной терминологии является ограниченность сферы ее употребления профессиональной речью. С другой стороны, терминология маркетинга в наши дни не является объектом узкопрофессионального интереса. Маркетинг – это сфера «широкого потребления», и каждый ежедневно сталкивается с маркетинговыми технологиями при покупке товаров и услуг. В составе лексики маркетинга можно выделить две основные группы: 1) лексику из других областей знаний: компьютерную терминологию, слова, обозначающие понятия из области психологии, социологии, изобразительного искусства, финансов, экономики (в современных словарях по маркетингу большой процент лексики занимает терминология компьютерных технологий и информационных систем); 2) термины, ограниченные лишь одной отраслью маркетинга и, как правило, известные лишь специалистам.

По структуре термины обычно делят на термины-слова и термины-словосочетания. Термины-слова многочисленны и составляют ядро любой отраслевой терминологии [1, с. 35]. Но в маркетинге количество терминов-слов составляет 32%, количество терминов-словосочетаний занимает 68% (при среднем количестве из разных источников) и нередко они содержат в своем составе термины-слова. Однословные термины относятся к различным частям речи – преимущественно существительным, реже прилагательным, глаголам, наречиям.

Анализ существующих форм терминов позволяет установить наиболее продуктивные способы образования терминов.

Морфологические способы терминообразования включают в себя суффиксальное, префиксальное, префиксально-суффиксальное (парасинтез) образование, конверсию, усечение [1, с. 36].

Суффиксация – наиболее распространенный способ морфологического терминообразования. Наиболее часто для образования терминов маркетинга используются суффиксы: -ing, -ion (tion), -er, -ment, -ity [7; 13].

Суффикс **-ing** образует существительные от глаголов и редко – от существительных. Он является наиболее продуктивным. Производные с суффиксом **-ing** имеют значение действия, его результата. Они также могут обозначать конкретные действия или операции (pricing – ценообразование, shopping – покупка, совершение покупок, personnal branding – персональный бренд, marketing – рынок, маркетинг, self-serve advertising – реклама без посредников, web hosting – предоставление услуг по управлению сайтом в интернете, price cutting – сокращение, уменьшение цены) [7, с. 303; 22]. Например: eSafe' Content Filtering module prevents access to unauthorized, inappropriate, and malicious websites, protecting your organization from legal liabilities [8].

Суффикс **-ion (tion, ation)** образует существительные от существительных, прилагательных, глаголов. Он занимает второе место по продуктивности. Производные на **-ion (tion)** обозначают действие, его результат, а также отвлеченные понятия (ad impression – просмотр рекламы, affiliation – присоединение, членство, cooperation – сотрудничество, объединение, innovation – новшество, market atomization – разделение рынка на мелкие сегменты) [23]. Например: An ad impression is reported whenever an individual ad is displayed on your website. Different ad formats will display varying numbers of ads; for example, each time a vertical banner appears on your site, you'll see two ad impressions in your reports [6].

Так же часто, как и предыдущий, в словообразовании терминологии маркетинга используется суффикс **-er (or)**, который служит для

образования существительных от глаголов [7; 13]. Существительное с таким окончанием обозначает устройство, производящее действие, образовано от глагола; или лицо, выполняющее это действие (freebie seeker – ищущий бесплатное, mystery shopper – тайный покупатель) [22]. Например: Freebie seekers are those looking for free stuff. And who doesn't like getting something for nothing? [10].

Суффикс **-ment** образует от глаголов существительные со значением действия, процесса, состояния (involvement – вовлеченность, участие, management – управление, procurement – поставка, снабжение) [13, с. 126, 144, 196]. Например: This website is the public portal to ILO procurement. The Procurement Bureau is the Unit responsible for the procurement of goods, equipment, works and services at ILO headquarters and field offices [18].

Суффикс **-ity** образует от прилагательных абстрактные существительные со значением состояния, качества, условия. Суффиксу **-ity** соответствует русский суффикс **-ость** (link popularity – популярность ссылки, pricedemand elasticity – эластичность цены к спросу, probability – вероятность, возможность, mobility – непостоянство, изменчивость) [13, с. 194, 196; 22]. Например: The Link Popularity analysis program will search Google+, Facebook, Twitter, LinkedIn, StumbleUpon, and Delicious to determine how popular your web page is in the social media [21].

Префиксация. Префикс **re-** имеет значение вновь сделать то, на что указывает основа. Данный префикс прибавляется к основам существительных и глаголов (resell right – право перепродажи, relaunch – повторное продвижение продукции на рынок, resale – перепродажа) [23]. Например: Many ebooks and pieces of software, especially in the field of online or Internet marketing, are sold with resell rights included [19].

Префикс **up-** образует значение сделать лучше, выше своих возможностей при прибавлении к основам глаголов и существительных. Пример слова upmarket показывает, что образованные слова при помощи данного префикса могут переходить в другую часть речи (upsell – попытка/пытаться продать более дорогой товар, up+market (N) = upmarket – высококачественный, шикарный (Adj)) [21]. Например: How to Upsell. One of the most important jobs a salesperson has to do is to add value to a sale that the customer is already willing to make [14].

Префикс **pre-** обозначает предварительное действие, прибавляется к основам существительного (premarketing – **предварительный маркетинг**) [23]. Например: **DIA presents an intensive course for professionals involved in the management of safety information from clinical trials in the EU. Participants will be guided through all the regulations and guidelines pertinent to premarketing safety in the EU** [24].

Префикс **macro-** обозначает крупномасштабные явления и понятия, префикс **micro-** – понятия и явления, затрагивающие наименьшую область, прибавляются к основам существительных (**micromarketing** – точечный маркетинг, микромаркетинг (разработка продукции, рыночных стратегий и рекламных кампаний для специфических географических, демографических сегментов рынка, в том числе для отдельного магазина), **macromarketing** – макромаркетинг (маркетинговая деятельность, предпринимаемая с позиции учета интересов общества в целом)) [13, с. 143, 158]. Например: *Two of our principle undertakings are the Annual Conference, held in locations around the globe, and the quarterly Journal of Macromarketing, the premiere outlet for macromarketing research* [17].

Префиксы **un-**, **in-** прибавляются к основам прилагательных, а префикс **non-** – к основам прилагательных и существительных и придают словам отрицательное значение (**unfair advertising** – порочащая (нечестная) реклама, **invisible trade** – невидимая торговля (экспорт и импорт услуг), **noncommercial advertising** – некоммерческая реклама) [7, с. 281; 13, с.126; 22]. Например: *Invisible trade involves the import and export of services rather than goods* [9].

Префиксально-суффиксальный способ словообразования (**парасинтез**) используется не так часто, как суффиксальный и префиксальный, но достаточно активно (**cobranding** – совместное использование товарных знаков, **repositioning** – изменение позиционирования, перепозиционирование, сдвиг предпочтений рынка, **outsourcing** – привлечение соисполнителей) [7, с. 287, 327; 22]. Например: *Many large companies turn to outsourcing to cut costs. In response, entire industries have evolved to serve companies' outsourcing needs* [22].

Сложение основ в терминологии маркетинга представлено пятью видами: а) прилагательное + существительное, б) глагол + существительное, в) существительное + существительное, г) предлог + существительное, д) числительное + существительное [7; 13; 23]. Например:

- Adj+N (**backlink** – внешняя ссылка, входящая ссылка) [23],
- V+N (**paypal** – электронная платежная система) [23],
- N+N (**newsletter** – информационный бюллетень) [23];
- Prep+N (**online** – в режиме реального времени) [23];
- Num+N (**one-shot** – разовая публикация) [7, с. 284].

Например: *PayPal is accepted at thousands of websites, from leading brands to small independent retailers. So wherever you shop, look for the PayPal logo to pay the safer, faster way* [26].

В словообразовании терминологии маркетинга довольно часто употребляется способ **сложения основ+суффиксальный**: (**copywrite** –

составлять рекламные тексты → **copywriter** – составитель рекламных текстов) [23]. Например: Why do you need a copywriter? Good communication is fundamental to success. Words that reflect your style, culture and vision will draw people in and give them confidence in your ability to deliver [11].

Аббревиация. Появление сокращений в английском языке, как и во многих других языках, обусловлено принципом экономии языковых средств. Многие из них употребляются так часто, что воспринимаются как обычные слова, а не сокращенные словосочетания. Среди сложно-сокращенных слов выделяются:

1) аббревиатуры «инициального» типа, которые можно разделить на два подвида:

а) из сочетания начальных звуков слов, из названий начальных букв слов

(CPA – “cost per action” – стоимость однократного действия (на сайте): CPAFix is the leading Cost Per Action and CPA Marketing platform with the fastest growing CPA and Affiliate forum online...) [15; 23];

б) из сочетания начальных звуков слов, из названий начальных букв слов, между которыми употребляется предлог или числительное схожее по произношению с ним (**B to B (B2B)** – “business to business” – маркетинг деловой (между организациями), **B to C (B2C)** – “business to consumer” – маркетинг деловой (между компанией и ее клиентами): ... Because High Rankings is a B-to-B company who’s always looking for new and interesting marketing ideas...) [4; 23];

2) аббревиатуры из сочетаний начальной буквы слов (слова) с целым словом (**E-mail** – “electronic” и “mail” – электронная почта, **m-commerce** – “mobile commerce” – электронная торговля: If you’re not convinced yet, here are six statistics that illustrate the booming “m-commerce” growth here in Australia and across the world...) [20; 23];

3) аббревиатуры из сочетания начала первого слова с целым словом (**AdWords** – “advertising” и “words” – контекстная поисковая реклама: Advertise with Google AdWords ads in the Sponsored Links section next to search results to boost website traffic and sales...) [12; 23];

4) аббревиатура из сочетания начальной буквы первого слова и конечной части второго слова (**vlog** – “video” и “blog” – видеоблог: Welcome to another week, welcome to another Vinyl Vlog Episode! Since we’ve come back we’ve had requests for more Giveaways and more Vinyl shop talk!) [23; 25];

5) аббревиатура из сочетания конечной части первого слова и производного слова (**networking** – “internet” и “working” – работа в сети,

объединение в сеть, социальная сеть: Effective business networking is the linking together of individuals who, through trust and relationship building, become walking, talking advertisements for one another) [21; 23].

Что касается усечения, то на данном этапе исследования примеров его не было выявлено.

Как следует из вышеуказанного лексический состав современного маркетинга практически идентичен словарному составу области информационных технологий. Словообразовательная структура терминов маркетинга в английском языке зависит от моделей, преобладающих в данном языке. Но при комбинации составных элементов предпочтение отдается определенным аффиксам и словообразовательным моделям. Так, например, наиболее часто при деривации используются суффиксы *-ing* и *-ion* (*tion, ation*). Наибольшее количество примеров *аббревиации* принадлежит “инициальному” типу. А способы *аббревиации* и *сложения основ* продолжают пополняться новыми типами именно благодаря постоянному притоку новых понятий в маркетинг и относительной свободе в их выражении языковыми средствами.

Литература:

1. *Брехов А.В.* Терминология страхового права (на материале Словаря по страхованию Мартин Шарп-Серво и Джеймса Ланделя) // Прагматика текста в фокусе лингвистики, методики и педагогики: сборник научных трудов, Липецк, 2000. – Липецк, ЛГПУ, ф-т иностр. языков, 2000. – С. 33–43.

2. *Кривоносова И.В., Скуратов И.В.* Основные направления развития словарного состава современного французского языка // Вестник Московского государственного областного университета. – Серия «Лингвистика». – 2011. – № 6. – С. 127–132.

3. *Скуратов И.В.* Типологическая характеристика неологизмов в современном разговорном и деловом французском языке: лингвистический и социолингвистический аспекты: дисс. ... доктора филол. наук. – М. 2006. – С. 425.

4. 2008-09 B-to-B Lead Generation Handbook – High Rankings [Электронный ресурс]. – URL: www.highrankings.com/b2b-lead-gen (дата обращения: 09.07.2012).

5. 10 Tips for Successful Business Networking [Электронный ресурс]. – URL: www.businessknowhow.com/ (дата обращения: 11.12.2012).

6. Ad impressions – AdSense Help [Электронный ресурс]. – URL: <http://support.google.com/adsense/bin/answer.py?hl=en&answer=44743> (дата обращения: 11.12.2012).

7. Doyle C. Oxford Dictionary of Marketing. – New York: Oxford University Press Inc., 2011. – 436 p.

8. eSafe Content Filtering [Электронный ресурс]. – URL: ru.safenet-inc.com/products/data-protection/.../esafe-content-filtering/ (дата обращения: 11.12.2012).

9. Exports and Imports. Visible trade and invisible trade [Электронный ресурс]. – URL: www.dineshbakshi.com (дата обращения: 11.12.2012).

10. Freebie Seekers – Internet Business Guide [Электронный ресурс]. – URL: www.hochstadt.com/tag/freebie-seekers (дата обращения: 12.09.2012).
11. Gill Perkins Creative Freelance Copywriting Services [Электронный ресурс]. [Сайт]. – URL: www.creativecopywritingservices.co.uk/ (дата обращения: 12.09.2012).
12. Google AdWords – Online Advertising by Google [Электронный ресурс]. – URL: <https://adwords.google.com> (дата обращения: 28.07.2012).
13. *Harris P.* Penguin Dictionary of Marketing. – London: Penguin Books Ltd, 2009. – 283 p.
14. How to Upsell [Электронный ресурс]. – URL: www.wikihow.com > ... > Retail Sales. (дата обращения: 05.10.2012).
15. INDEX: Cost Per Action And CPA Marketing. CPAFix Affiliate Forum [Электронный ресурс]. – URL: indexkey.blogspot.com (дата обращения: 09.07.2012).
16. Internet Marketing Dictionary [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.marketingterms.com/dictionary/> (дата обращения: 11.11.2012).
17. Macromarketing Society Inc. Website of the Macromarketing Society Inc. [Электронный ресурс]. – URL: macromarketing.org/ (дата обращения: 11.12.2012).
18. Procurement [Электронный ресурс]. – URL: www.ilo.org (дата обращения: 07.10.2012).
19. Resell Rights – Free Online Library [Электронный ресурс]. – URL: www.thefreelibrary.com/Resell+Rights-a010 (дата обращения: 07.10.2012).
20. Should I have a mobile website? 6 statistics that say yes. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.drivingbusinessonline.com.au/> (дата обращения: 09.07.2012).
21. Social Link Popularity – Backlinks Checker [Электронный ресурс]. [Сайт]. – URL: www.seocentro.com/.../link-popularity.html (дата обращения: 11.12.2012).
22. The Benefits of Outsourcing for Small Businesses – New York Times www.nytimes.com/.../AB5221523_primary. [Электронный ресурс]. – URL: (дата обращения: 11.01.2013).
23. The Internet Marketing Dictionary [Электронный ресурс]. [Сайт]. – URL: <http://www.internetmarketing-dictionary.com/> (дата обращения: 05.10.2012).
24. Training Course, Pre-marketing Clinical Safety - Drug Information ... [Электронный ресурс]. – URL: www.diahome.org/.../Meeting-Details.aspx? (дата обращения: 05.10.2012).
25. Vinyl Vlog [Электронный ресурс]. – URL: vinylvlog.com (дата обращения: 11.11.2012).
26. Why choose PayPal? [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.paypal-marketing.co.uk/> (дата обращения: 07.10.2012).