

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ В РУССКОЙ СПЕЦИАЛЬНОЙ ЛЕКСИКЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА

Джумаев В., Ниязов Т.

Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь

Петрова Н.Е. – к.филол.н., доцент

Статья посвящена описанию терминологии интернет-маркетинга в русском языке. Обращается внимание на семантику и происхождение некоторых специальных слов.

Информационные технологии охватывают все сферы нашей жизни. Маркетинг не является исключением. Стремительное развитие девайсов и свободный доступ к интернету из любой точки мира являются главными факторами влияния на формирование маркетинговых тенденций будущего и являются актуальной темой на современном этапе. Маркетинг будущего основывается на том, что средства инновационных технологий занимают центральное место во взаимодействии продавец-покупатель.

Интернет-маркетинг (англ. *Internet marketing*) – это практика использования всех аспектов традиционного маркетинга в Интернете, затрагивающая основные элементы маркетинг-микса: цена, продукт, услуги, место продаж и продвижение. Основная цель использования Интернет-маркетинга заключается в получении максимального эффекта от потенциальной аудитории сайта или портала, то есть в том, чтобы привлечь как можно больше пользователей к предлагаемым услугам или товарам [1, 2, 3].

Изучение терминологии очень важно. Такая сфера, как интернет-маркетинг, особенно актуальна, но малоисследована. Рассмотрим специфику терминов в этой области.

Терминология – это совокупность, система терминов. Новые открытия в науке и технике, как правило, сопровождаются появлением новых терминов. В каждой науке существуют свои термины. В первую очередь уточним, что такое термин. Это слово или словосочетание, являющееся названием специального понятия какой-нибудь области науки, техники, искусства и т. д. [4]. Термины являются точными обозначениями

различных предметов, явлений, их свойств и взаимодействий в той или иной сфере человеческой деятельности. В отличие от общеупотребительных слов, которые в большинстве случаев являются многозначными и несут эмоциональную окраску, термины однозначны и лишены экспрессии.

Знание специальной лексики является обязательным для любого специалиста. Это отражает компетентность, грамотность представителя определённой профессии. Однако в профессиональной речи используются не только термины, но и другие специальные слова. Так, среди специальных слов выделяются термины и профессионализмы. Терминами называются слова, являющиеся официально принятыми наименованиями научных понятий, приборов, инструментов. Совокупность терминов конкретной науки или профессии называется терминологией [5]. Примерами терминов в сфере интернет-маркетинга являются слова *A/B-тестирование*, *ARPU*, *AOV*, *Big Data*, *CPA*, *хост*, *посетитель*, *маркетолог*, *карта кликов*, *контент*, *длительность посещения*, *просмотр страницы* и др.

Обратимся к значениям некоторых терминов. Так, *A/B-тестирование* – маркетинговый метод, который позволяет сравнить эффективность двух вариантов какой-либо переменной. Например, цветовой гаммы в оформлении сайта, заголовков объявления, размещения СТА-элементов и т. д. *ARPU (Average Revenue Per User)* – это средний доход на одного пользователя. *AOV (Average order value)* – средняя сумма заказа или средний чек на одного пользователя. Показатель эффективности в онлайн-торговле, который позволяет оценить рентабельность инвестиций. *Big Data* – данные огромных объемов, поступающие с большой скоростью. Могут быть структурированными или «сырыми». Например, такой объем данных может быть у крупного онлайн-ритейлера, где люди совершают сотни тысяч покупок в день. *CPA-сети* – партнёрские программы, сервисы-посредники, которые берут оплату только за целевое действие пользователя. Например, регистрации, покупки, скачивание контента.

Как мы видим, большинство специальных слов интернет-маркетинга пришло из английского языка. Это объясняется тем, что существует потребность в наименовании вещей и понятий, необходимость разграничить близкие по содержанию, но всё же различные понятия, замена описательных оборотов.

Как отмечалось ранее, к специальной лексике относятся также профессионализмы. Это слова или выражения, свойственные речи той или иной профессиональной группы. В отличие от терминов профессионализмы выступают обычно как просторечные эквиваленты соответствующих по значению терминов. Примерами профессионализмов в интернет-маркетинге можно назвать такие слова, как *комп* (компьютер), *хомяк* (домашняя страница), *ивент* (маркетинговое событие), *ритейл* (розничная продажа товаров) и др. Использование таких слов облегчает устную коммуникацию, создаёт атмосферу непринуждённости, но злоупотреблять такими словами нельзя, профессиональная речь специалиста должна быть грамотной и понятной.

Таким образом, большинство русских слов в сфере интернет-маркетинга заимствованы с английского языка. Часто при появлении нового устройства или технологии вместе с ними заимствуется и название. Многие английские слова транскрибируются в русском языке. В свою очередь, часть слов устаревает, уходит из активного употребления. Некоторые заимствованные слова имеют русские синонимы, параллельно употребляются и заимствованный, и русский варианты слов.

Список использованных источников:

1. Успенский, И. В. *Интернет-маркетинг* / И. В. Успенский [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.aup.ru/books/m80/>. – Дата доступа 22.12.2022.
2. *Профессионализмы* [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://reshator.com/sprav/russkij-yazyk/5-11-klass/professionalizmy/>. – Дата доступа 22.12.2022.
3. *Возможности продвижения в Интернете: охват аудитории. Оптимизация. Учим сайты зарабатывать*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.inter-mar.ru/prodvizhenie/marketing/okhvatauditorii.html>. – Дата доступа: 22.12.2022.
4. *Термин* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Термин>. – Дата доступа: 22.12.2022.
5. Кеглер, Т. *Реклама и маркетинг в интернете* / Т. Кеглер [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-ponyatiya-i-instrumenty-internet-marketinga>. – Дата доступа 22.12.2022.