УДК 802.0: 004.9 + 800.6: 33

СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ Й ІННОВАЦІЇ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ СФЕРИ ЕКОНОМІКИ

Зацний Ю. А., д. філол. н., професор

Запорізький державний університет

Впровадження сучасної інформаційної техніки в різні сфери соціального життя англомовних країн викликає зміни в цих сферах і відповідне мовне відбиття в численних інноваціях. Серед сфер найбільш суттєвих змін у зв'язку з інформаційною революцією можна, насамперед, відзначити сферу економічного життя. Провідні вчені і фахівці пишуть про те, що на початку XXI століття наступить час "інформаційного ринку" (information marketplace), коли комп'ютерна і телекомунікаційна техніка стане такою ж невід'ємною частиною повсякденного життя, якою сьогодні є телефон. Але вже наприкінці 90-х років сучасна техніка внесла істотні зміни в спосіб життя людини, для багатьох людей уже наступив період "електронного життя" (e-life), тобто коли реалізація потреб і бажань (і не тільки матеріальних) здійснюється за допомогою комп'ютерної техніки, особливо через Інтернет [1].

Мільйони службовців значну частину робочого часу проводять не в своїх установах, офісах, а вдома за комп'ютером, вони перетворилися на "телеробітників" (telecommuter, teleworker), на "кіберслужбовців" (cybercommuter); на зміну звичайним "роботоголикам" приходять "телероботоголики" - teleworkaholics; виникло навіть словосполучення teleworkaholic syndrome, яке позначає прагнення "телеробітників" переробляти, бути "телероботоголиками". Сучасна техніка дає можливість працювати під час подорожі на літаках, кораблях, у готелях, таких працівників називають ''дорожними воїнами'' (road warriors), саме тому в готелях було введено посаду "технодворецьких" (technology butlers), їх обов'язком є допомога постояльцям у роботі з комп'ютерною технікою.

З новими умовами роботи мільйонів службовців пов'язані такі широко розповсюджені неологізми, як office hoteling - "різке скорочення площ, що займаються під офіси, кабінети", hot-desking - "практика користування одним робочим місцем кількома працівниками згідно з графіком", serviced office - "офіс із сучасним обладнанням, що здається в оренду на будь-який час", office-free - "працюючий вдома, а не в офісі", open-collar worker - "людина, що працює вдома, а не в офісі", flexecutive - "керівник ділового підприємства, який працює за вільним графіком", flex place - "надання службовцю можливості працювати або в офісі, або вдома (словосполучення утворене за аналогією до раніше створеного слова flex-time - "гнучкий графік роботи"). Створено спеціальний Інтернетівський сайт, своєрідну "книгу скарг": робітники та службовці можуть надсилати туди скарги на своїх начальників. Таке висловлення незадоволення своїми босами через Інтернет здобуло назву cyberventing - "venting your anger by electronic means". Сучасна техніка дає робітникам і службовцям змогу застосовувати і нові форми боротьби за свої права. Виникло, наприклад, поняття "технострайк"(technostrike**) -** використання сучасних засобів телекомунікації (електронної пошти, факсів, Інтернету) як засобу тиску на роботодавців.

Розвиток комп'ютерної техніки, все більш широке використання Інтернету, вважають економісти, у найближчому майбутньому приведе до створення економічної системи, яку вони називають "капіталізмом без тертя" (frictionless capitalism, friction-free capitalism). При цій системі будуть скасовані посередницькі організації, що стоять між виробниками товарів і послуг і споживачами. Цей процес позначається неологізмом disintermediation. У західних країнах народжується новий клас "кіберпідприємців" (cyber-entrepreneur, entreprenerd, ontrepreneur) – людей, що займаються підприємницькою діяльністю тільки за допомогою комп'ютерної техніки (через Інтернет).

На кінець 2000 року, за оцінками дослідників, обсяг інтернетівського бізнесу становить майже 200 мільярдів доларів. Виникає необхідність відбити значну кількість нових понять, пов'язаних з таким бізнесом. У базу для інновацій перетворюються навіть адреси фірм, що займаються "віртуальним бізнесом". Ціла низка нових мовних явищ пов'язана, наприклад, з неологізмом dot-com, який позначає компанії, фірми, що здійснюють свою комерційну діяльність тільки через Інтернет (в атрибутивній функції неологізм dot-com позначає "интернетівський, пов'язаний з Інтернет"). Похідне слово dot-commer (dot-commie) стало вводити поняття підприємця, бізнесмена, що здійснює свою комерційну діяльність тільки через Інтернет або службовця інтернетівської компанії, фірми, новотворення dot-community почало позначати район зосередження "інтернеткомпаній", словосполучення dot-com economy (dot-conomy) – інтернетівську економіку, а словосполучення dot-com world - світ Інтернет, особливо інтернетівських комерційних організацій.

Бум "інтернетівської економіки" спричинює і виникнення нових словотворчих елементів. Так, спочатку останні елементи адрес інтернетівських організацій (.com,.net), а згодом і такі частини, як dot-com, dot-net, а також затверджені нові назви (адреси) інтернетівських організацій (dot-biz, dot-info, dot-name, dot-pro) британські та американські лінгвісти почали вважати суфіксами. Виникнення нових "суфіксів"

пов'язано з необхідністю “розвантаження” Інтернету, створення умов для більш швидкого пошуку необхідної інформації: наприкінці 2000 року 20 мільйонів інтернетівських сайтів мали у своїх адресах елемент “dot-com”.

Якщо дійсно вважати умовні позначки інтернетівських адрес новими словотворчими елементами, то їх кількість буде значною, оскільки і надалі будуть затверджуватися нові диференціюючі позначки. Одна із відомих інтернетівських компаній, наприклад, подала прохання про надання їй права використовувати 118 “суфіксів”; серед них такі елементи, як dot-sex, dot-sucks, dot-shop [2]. Певним доказом перетворення частин інтернетівських адрес у словотворчі елементи слугує їх участь у створенні подальших інновацій. Слово hotdots, наприклад, позначає рекламний журнал для жінок-покупців через Інтернет. Необхідно зазначити, що елемент dot-com як “первинний” символ інтернетівських організацій бере активну участь в утворенні похідних та словосполучень: dotbam, dot snot, dot-com rage, dot con artist, dot-com deathwatch.

Елемент e- (e-business, e-cash, e-life, e-mag, e-mall, e-service, e-shopping, e-trading) також вважається новим префіксом, а британський лінгвіст М.Квініон називає його “новим cyber-“ [3]. Зазначимо в цьому зв’язку, що префікс cyber- є високопродуктивним новим словотворчим елементом при створенні інновацій, пов’язаних з сучасною інформаційною технікою, у тому числі інновацій сфери економіки (cyberbanking, cybercash, cybercommerce, cyberbusiness, cybereconomy, cyberinvesting, cybermall, cyberplaza, cybershop, cybertrade).

Поняття “компанія, фірма, що здійснює свою комерційну діяльність тільки через Інтернет” відбивається за допомогою цілого ряду синонімів: dot-com, dot-net, netco, online company, Internet firm. Зазначимо, що за аналогією до словосполучення online company виникло і словосполучення offline company для позначення “невіртуальних ділових підприємств”. Значна роль “інтернетівської економіки”, яку позначають неологізмами dot-com economy, dot-conomy, справжній “вибух” нових інтернетівських компаній зумовило виникнення і такого поняття, як “dot-com revolution”.

Наприкінці 90-х років почалася ера з'єднання Інтернету із “бездротовим зв'язком”, особливо з мобільними телефонами і народилося поняття “електронного мобільного бізнесу” (mobile e-business) – можливості проведення ділових операцій, торгівлі через Інтернет за допомогою мобільних телефонів. Хоча “електронний мобільний бізнес” існує лише кілька років, для відбиття пов'язаних із ним понять вже було створено досить значну кількість нових одиниць (e.g. bandwidth, bluetooth, packet switching, WAP, wireless web).

Було створено цілу низку інновацій, які концентруються навколо поняття “розбагатіти через Інтернет”, наприклад, dot snot, get-rich-click, millionerd, sneaker millionaire. Неологізм yettie (абревіатура фрази young, entrepreneneurial, tech-based twenty-something) було створено за аналогією до одного із найпопулярнійших слів 80-х - початку 90-х років - yuppie (young upwardly-mobile professional person) – символу молодої честолюбної людини, спрямованої на здобуття багатства. Yettie - це yuppie початку XXI століття, як підкреслюють журналісти.

Міжнародна комп'ютерна мережа Інтернет' створила умови для широкомасштабної “електронної торгівлі”. З цією торгівлею пов'язано кілька десятків нових слів і словосполучень. Це одиниці, службовці для позначення такої торгівлі (cybercommerce, cybershopping, e-commerce, E-shopping, electronic shopping, e-trade, Internet shopping), для введення поняття “електронні гроші” (cybercash, cybermoney, cybercurrency, E-cash, E-money, virtual money), для позначення “електронних магазинів”, торговельних центрів” (cybermall, cyberplaza, cybershop, E-mall, electronic shop, E-partment, virtual store). У Великобританії введена офіційна посада чиновника, відповідального за розвиток електронної торгівлі через Інтернет (e-envoy). Цей чиновник працює під керівництвом “електронного міністра” (e-minister). Саме в зв'язку з “електронною торгівлею” все більше почали вживатися скорочені варіанти слів для позначення такої торгівлі (e-tail, e-tailing, e-tailer) замість таких одиниць, як e-retail, e-retailer, e-retailing.

Виникають диференціюючі назви – позначення типів та різновидів електронної торгівлі: B2B (business-to-business), B2C (business-to-consumer), B2B2C (business-to-business-to-consumer), C2C (consumer-to-consumer), C2B2C(consumer-to-business-to-consumer), B2E (business-to-employee), P2 P (producer-to-producer). Такі новотворення являють собою специфічний тип абревіатур з використанням цифри “2” завдяки її омофонічності з прийменником ”to”. Крім того, за аналогією до неологізму e-commerce виникають і новотворення для позначення інших видів сучасної, особливо “комп’ютеризованої” торгівлі: d-commerce, m-commerce, t-commerce, v-commerce.

Сучасне західне суспільство часто іменується “безготівковим суспільством” (cashless society), оскільки фінансові операції здійснюються, головним чином, за допомогою комп'ютерної техніки. Мільйони людей користуються послугами спеціальних банківських служб (electronic banking, home banking, paperless banking); створення системи "інтерактивного телебачення" (interactive TV) сприяло, наприклад, виникненню поняття "armchair banking"- системи надання або одержання банківських послуг через телебачення, з'єднане з комп'ютерною технікою. У зв'язку з комп'ютеризацією, впровадженням нових комунікаційних технологій учені пишуть про появу нового соціального шару - “digerati” (digital literati) –

людей, грамотних у сфері комп'ютерних систем [4]. Сучасна техніка змінює статус, стиль життя і завдання, що стоять перед інтелектуалами, обумовлює народження прошарку “кіберінтелектуалів” (cyberintellectuals).

В інноваціях сфери економіки відбиваються також негативні наслідки та побочні ефекти впровадження інформаційної техніки. Наприклад, у 80-і роки західні ідеологи посилено розвивали ідею "комп’ютерної демократії", думку про те, що володіння сучасною технікою приведе до зрівняння різних класів і верств населення. У 90-і роки більш поширеною точкою зору на соціально-економічні наслідки інформаційної революції стає думка про те, що ця революція у дійсності породжує "кібернерівністьі" (cyber-inequality), "комп’ютерний розрив" (computer gap) - значну розбіжність в економічному стані людей, що володіють сучасною технікою, і тих, хто її не має. Поділення суспільства на людей, які володіють комп’ютерною технікою (computer haves), і на тих, хто нею не володіє (computer have-nots), йде вдовж расових та соціоекономічних ліній, як свідчать дослідження учених [5].

Говорячи про економічні результати процесу комп'ютеризації, не можна не відзначити явище, яке науковці називають парадоксом "продуктивності" (productivity paradox): впровадження сучасної техніки привело не до росту продуктивності праці, підвищенню ефективності економіки, а навпаки. За офіційними даними, 70% американських ділових підприємств у 1999 році зазнали нападів через Інтернет – cyberattacks [6]. Найбільш поширеним видом “кібератак” є “кібернаклеп” (cybersmear).

Через Інтернет йде потік нікому не потрібної інформації, особливо рекламного характеру. З цим явищем пов'язано, наприклад, широке розповсюдження семантичного неологізму spam, запозиченого із жаргону фахівців комп'ютерної техніки, для позначення такої інформації (у літературній мові слово spam має значення "ковбасний фарш"). На теперішній час це слово широко вживається разом із своїми похідними to spam, spammer, spamming, anti-spam, spamdexing, spamoflage. Для боротьби з такою непотрібною інформацією були створені спеціальні програми, що фільтрують електронну пошту (anti-spam filter). Іншими новотвореннями, що відбивають проблему “сміттєвої електронної пошти” (junk e-mail), є такі одиниці, як barfmail, address-munging, mung, disk-spamming.

Викладений матеріал свідчить, таким чином, що інформаційна революція і пов’язане з нею впровадження сучасної, особливо комп’ютерної техніки, слід вважати важливим макросоціальним чинником, який впливає на інноваційні процеси в галузі економічної лексики та фразеології англійської мови, на розвиток словотвору цієї лексико-семантичної підсистеми.

ЛІТЕРАТУРА

1. Зацный Ю. А. Англо-русский словарь новых слов и словосочетаний (рубеж столетий). – Запорожье: Запорожский государственный университет, 2000. – 243с.
2. Swartz. New Domain Name Suffixes Approved // USA Today. – 2000. – Nov. 20. - P.17.
3. Quinion M. In Brief // http//www.worldwidewords.org/. – 2000.- Nov. 10.
4. Герман К. Политические перепутья при движении к глобальному информационному обществу // Социс.- 1998. - №2. - С.67-76.
5. Stoelje M. F. Computer friendly or Phobic // Houston Chronicle. – 1995. – Oct. 9. – P.9-10.
6. Web’s Dark Sides // US News and World Report. – 2000. – Aug. 28. – P.36-38.