

Дмитро Чебоненко

Здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти

Факультет лінгвістики

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Київ, Україна

<https://orcid.org/0000-0003-2071-2796>tretiakes@gmail.com

АКРОНІМІЗАЦІЯ ЯК СПОСІБ ПОПОВНЕННЯ ІННОВАТИВНОГО ТЕРМІНОФОНДУ УКРАЇНОМОВНИХ САЙТІВ ПРОДАЖУ З АНГЛІЙСЬКОМОВНИХ ДЖЕРЕЛ

У статті представлений аналіз акронімізації як способу поповнення інновативного термінофонду україномовних сайтів продажу з англійськомовних джерел. Окреслено теоретичні засади термінотворення і запозичення термінів у сфері електронної комерції, виокремлено лінгвістичні механізми та способи адаптації англійськомовних акронімів українською мовою, проаналізовано структурні та семантичні зміни англійськомовних акронімів під час переходу в україномовний контекст, оцінено рівень адаптованості термінології, запозиченої з англійськомовних торговельних онлайн-ресурсів. У процесі дослідження використано методи порівняльного, структурно-словотвірного, етимологічного та контент-аналізу, а також описовий метод. Проведений контекстуальний та семантичний аналіз сприяв детальному вивченню значень відібраних акронімів у певному контексті. Констатовано, що акронімізація є варіативним та дієвим способом поповнення інновативного термінофонду україномовних сайтів продажу. Зазначено, що процес розробки перекладачем україномовних варіантів англійськомовних акронімів вимагає фахових знань у сфері онлайн-торгівлі для розуміння особливостей утворення та функціонування такої термінології. Підкреслено, що застосовуючи різні механізми у процесі адаптації англійськомовних акронімів українською мовою, перекладачу необхідно видозмінювати акроніми одним або кількома способами, а також враховувати українські культурні реалії, підбираючи ті терміни-акроніми, які є релевантними для україномовного сегменту електронної комерції. Перспективою дослідження визначено розробку термінологічних словників і глосаріїв для споживачів україномовних торговельних онлайн-ресурсів із тлумаченням термінологічного корпусу україномовних акронімів, а також аналіз сприйняття запропонованих відповідників англійськомовних акронімів україномовними користувачами сайтів.

Ключові слова: термін; термінологія; переклад; адаптація; електронна комерція; семантичні особливості.

1 ВСТУП

Постановка проблеми. Сучасні сайти продажу містять терміни, які десятиліттями функціонують у сфері онлайн-торгівлі. Водночас, завдяки технологічному прогресу, глобалізації, зміні трендів та впровадженню релевантних бізнес-моделей термінофонд торговельних онлайн-ресурсів невинно поповнюється новою термінологією. Зазвичай, новостворені англійськомовні терміни слугують джерельною базою для україномовних онлайн-крамниць. Проте адаптивність термінології сайтів продажу до інших культурних реалій напряду залежить від того, яким чином такі лексичні одиниці з'являються у мові оригіналу та чи існують сформовані в такий спосіб відповідники цих термінів у цільовій мові. З огляду на це, актуальним залишається висвітлення акронімізації як способу поповнення інновативного термінофонду україномовних сайтів продажу з англійськомовних джерел.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Публікації останніх років торкалися вивчення

шляхів запозичення термінології (Крimeць, 2021), технологій автоматичного вилучення термінів (Tran et al., 2023), міжгалузевої термінологічної кореляції, внаслідок якої утворюється асоціативне поле (Кухарчишин, 2019), семантичної деривації як процесу семантичної еволюції слова (Кухарчишин, 2021). Наразі питання відбору лінгвістичних механізмів та способів адаптації англійськомовних акронімів сфери онлайн-комерції українською мовою потребує подальшого вивчення.

Мета статті полягає у поглибленому аналізі акронімізації як способу поповнення інновативного термінофонду україномовних сайтів продажу шляхом опису механізмів запозичення, адаптації та трансформації акронімів з англійськомовних торговельних онлайн-ресурсів. Серед завдань дослідження зазначимо такі: окреслити теоретичні засади термінотворення і запозичення термінів у сфері електронної комерції, виокремити лінгвістичні механізми та способи адаптації англійськомовних акронімів українською мовою; проаналізувати структурні та стилістичні зміни англійськомовних акронімів у процесі переходу в україномовний контекст; оцінити рівень адаптованості термінології, запозиченої з англійськомовних торговельних онлайн-ресурсів.

2 МЕТОДИ

У дослідженні використано метод порівняльного аналізу для зіставлення англійськомовних та україномовних акронімів із сайтів продажу, що допомагає визначити ступінь адаптивності термінології англійськомовних онлайн-ресурсів до норм української мови. Здійснено контекстуальний та семантичний аналіз для детального вивчення значень відібраних акронімів у певному контексті. Метод структурно-словотвірного аналізу дозволив дослідити, як змінюється будова акроніму під час запозичення. Завдяки описовому методу охарактеризовано лексико-семантичні особливості акронімів комерційних сайтів для виявлення специфіки їх використання. Для встановлення джерел походження акронімів застосовано метод етимологічного аналізу. Основним методом дослідження є контент-аналіз лексичних одиниць англійськомовних та україномовних сайтів продажу, що дає можливість системно відібрати акроніми, виокремлюючи їх властивості.

3 РЕЗУЛЬТАТИ Й ОБГОВОРЕННЯ

Поняття «акронім» учені визначили як текстову форму, що використовується для позначення сутності та підкреслення важливих понять... вид скорочення, складений з першої літери або літер слів у фразі. (Senthilkumar et al, 2019, с. 121). Для того, аби термінофонд україномовних онлайн-ресурсів поповнювався інновативно та якісно, а не лише кількісно, зосередимо увагу на англійськомовних акроніми, що є неологізмами, які переважно походять з цифрової комунікації, відображаючи вплив технологій, глобалізації та соціальних мереж на сучасну англійську мову (Melnyk & Kyselova, 2025, с.187).

Одним зі способів створення україномовних аналогів англійськомовної термінології є калькування – «запозичення перекладу» та «заміщення», тобто відтворення значення лексичної одиниці іншою мовою внаслідок імітації, використовуючи лінгвістичні елементи цільової мови (Alberdi Larizgoitia, 2010, с.15). Наприклад, акронім BORIS розшифровується як Buy Online Return In Store (Fluent Commerce, 2024) що україномовні торговельні онлайн ресурси подають як «Купи онлайн – поверни в магазині» (UA-Retail, 2024). Ще одним прикладом є акронім ROPO – Research Online, Purchase Offline (Apollon, 2024) що в україномовній версії тлумачать як «Досліджуйте онлайн, купуйте офлайн» (Martech Zone, 2025).

Інтерференція, на відміну від калькування, означає реструктуризацію, яка полягає або у перенесенні іноземних елементів у цільову мову, або у взаємній ідентифікації за аналогією певних елементів у двох лінгвістичних системах (Alberdi Larizgoitia, 2010, с.15). Прикладом є акронім FOMO – Fear Of Missing Out (Podcastle, 2025), що в україномовному сегменті електронної комерції інтерпретують як «Страх упустити можливість» та вважають потужним

маркетинговим інструментом, який давно вийшов за межі психологічного терміну (Retailers, 2025). Акронім LOH – Last On Hand стосується останньої кількості певного товару, доступного на складі у певний момент часу (Fluent Commerce, 2024). На україномовних сайтах продажу цей акронім подають так: «Останній на складі» (Wiking, 2025).

Поняття акомодатії стосується пристосування загальноживаної лексики до потреб... дискурсу (Борсук, 2015, с. 21). Для прикладу наведемо акронім SERP – Search Engine Results Page (SEO, 2024), який україномовний торгівельний веб-ресурс адаптував як «Сторінка з результатами пошукової системи» (Horoshop, 2025). Наведемо ще один приклад: FMCG – Fast-Moving Consumer Goods (Indeed, 2024) україномовний сайт продажу тлумачить як «Товари широкого вжитку», що швидко споживаються та замінюються (Emagia, 2025).

Гібридизацію визначають як процес, за допомогою якого окремі та різномірні сутності або процеси породжують іншу сутність або процес (гібрид), що має спільні риси з кожним зі своїх джерел, але не є суто композиційним (Sanchez-Stockhammer, 2017, с. 133). Акронім BNLP – Buy Now Pay Later, який в англійськомовних глосаріях згадується як сучасна поширена модель платежів (Apollon, 2024), а в україномовному сегменті інтерпретується як «Бери зараз – плати потім» (Citrus, 2021). Акронім D2C – Direct to Customer (Apollon, 2024) має україномовний варіант «Безпосередній продаж», позначаючи модель продажів, за якої компанії звертаються до клієнтів безпосередньо зі своїми товарами чи послугами без посередників чи платформ (NML, 2025).

Також існують акроніми, сформовані завдяки метафоризації. Оскільки в сучасній науковій літературі метафора найчастіше використовується для опису предмета чи явища, то вона може набувати термінологічного характеру в зв'язку з образним переосмисленням загальноживаних слів та стійкістю форми (Tsepkalo, Borkovska & Antonenko, 2023, с. 156). Яскравим прикладом метафори, що набула термінологічних ознак є акронім DS – Dark Store, що характеризує традиційний магазин, перепрофільований для виконання онлайн-замовлень у короткостроковій або довгостроковій перспективі (NetSuite, 2022). В україномовному сегменті зустрічається такий варіант: «Магазин без покупців» (UA-Retail, 2023). Ще одним акронімом з метафоричним відтінком є GF – Geo-Fencing (Shopify, 2025), який україномовній версії перекладають як «Геозонування», що позначає віртуальний кордон навколо певного місця в реальному світі (Out of Home Journal, 2023).

Запропонуємо власні версії наведених акронімів та пояснимо сутність стилістичних змін. Англійськомовний акронім BORIS представимо так: БОРИС – «бронюй, отримуй, розмірковуй і скасовуй». Такий варіант викликати у покупців відчуття гнучкості у прийнятті рішень, при цьому зберігаючи співзвучність з ім'ям «Борис», яке б легко запам'ятовувалося користувачами україномовних сайтів. Акронім ROPO також зобразимо шляхом фонетичної імітації варіанту із першоджерела: РОПО – «розглянь онлайн, придбай офлайн». Окрім наслідування оригінального концепту, цей україномовний варіант є чітким, інструктивним, емоційно менш забарвленим та підкреслює раціональність дій потенційного клієнта. Акроніму FOMO надамо такий відповідник: ОНБК – «острах не встигнути купити». У цій редакції україномовний варіант стає більш прагматичним та пов'язаним з придбанням товарів, наголошуючи на часовому обмеженні для здійснення покупки. Україномовною версією акроніму LOH зробимо таку: ОДТ – «останній доступний товар». Ця модифікація носить більш офіційний та формальний характер і сповіщає саме про кількість доступного товару, який лишився, а не про його локацію. Альтернативою акроніму SERP оберемо таку україномовну версію: СРП – «сторінка результатів пошуку». Ця варіація є спрощеною, лаконічною та фокусує увагу на результатах пошукового запиту, а не на його джерелі, тому більше не містить слова «система». Акронім FMCG у власній версії пропонуємо тлумачити українською мовою так: ТСП – «товари сталого попиту», зробивши акцент на тенденції споживання та сталості попиту, а не на загальноживаності як характеристиці певних товарів. Для спрощення структури акроніму BNPL в україномовному варіанті та конкретизації значення подамо його у такому вигляді: ВП – «Відкладений Платіж». Такий відповідник є нейтральним та формальним, уточнює механізм платежу. Для підкреслення прямого зв'язку магазину з покупцями як стимулу для довіри та

переконавання клієнта у вигоді, в україномовному варіанті змінимо структуру акроніму D2C таким чином: БП – «Без Посередників». Україномовною версією акроніма DS пропонуємо зробити таку: ПМ – «прихований магазин». У цій інтерпретації прикметник Dark вказує на прихованість таких онлайн-ресурсів від широкого загалу користувачів, а не на відсутності клієнтів. Україномовним варіантом акроніма GF вважатимемо такий: ГБ – «гео-бар'єр», що вказує на певну віртуальну перешкоду, а не на зональне розмежування.

Зобразимо схематично подані акроніми та прокоментуємо їх структурні зміни у результаті адаптації українською мовою. Акронім BORIS можна зобразити схемою V+Adv+V+Prep+N, що в україномовному варіанті змінилася на V+V+V+Prep+V. Інший акронім ROPO в результаті калькування не зазнав змін у будові з чотирьох імперативів (V+V+V+V). Аббревіатура FOMO внаслідок міжмовної інтерференції структурно змінилася з N+PP до N+Prep+V+V, водночас акронім LOH під час адаптації втрачає прийменник (з Adj+Prep+N до Adj+N). Акомодация до українського сегменту електронної комерції вплинула на акронім SERP, структура якого була редукована з N+N+N+N до N+N+N. Структурні елементи акроніму FMCG зазнали перестановки (з Adj+N+N до N+Adj+N). У процесі гібридизації відбулося спрощення акроніму D2C (цифра 2 використовується тут у ролі прийменника to) – з Adj+Prep+N до Prep+N. Також редукції у словарному складі зазнав акронім BNPL (з V+Adv+V+Adv до Adj+N). Термін-акронім з метафоричним відтінком DS має таку ж структуру україномовного аналогу (Adj+N), так само як і акронім GF – Prep+N.

Як бачимо, усі наведені в якості прикладів акроніми є складноскороченими, при цьому в обидвох варіантах вони не завжди складаються лише з повнозначних слів. Структурно англійськомовні акроніми часто відрізняються від україномовних варіантів, що формуються зазвичай шляхом редукції чи заміни лексичних елементів. Внаслідок таких змін лексичного наповнення виникають незначні смислові розбіжності у тлумаченні англійськомовних акронімів у порівнянні з їх україномовними версіями.

Розглянемо англійськомовні акроніми, їх тлумачення на оригінальних та україномовних сайтах, способи адаптації та власну інтерпретацію зазначених акронімів у таблиці.

Таблиця 1

Англійськомовний акронім	Тлумачення на англійськомовних сайтах	Тлумачення на україномовних сайтах	Спосіб адаптації	Запропонована версія
BORIS	Buy Online Return In Store	Купи онлайн – поверни в магазині	Калькування	Бронь, отримуй, розмірковуй і скасовуй (БОРИС)
ROPO	Research Online Purchase Offline	Досліджуйте онлайн, купуйте офлайн		Розглянь онлайн, придбай офлайн (РОПО)
FOMO	Fear Of Missing Out	Страх упустити можливість	Інтерференція	Острах не встигнути купити (СНВК)
LOH	Last On Hand	Останній на складі		Останній доступний товар (ОДТ)
SERP	Search Engine Results Page	Сторінка з результатами пошукової системи	Акомодация	Сторінка результатів пошуку (СРП)
FMCG	Fast-Moving Consumer Goods	Товари широкого вжитку		Товари сталоного попиту (ТСП)
BNPL	Buy Now Pay Later	Бери зараз – плати потім	Гібридизація	Відкладений платіж (ВІП)
D2C	Direct to Customer	Безпосередній продаж		Продаж без посередників (ПБП)
DS	Dark Store	Магазин без покупців	Метафоризація	Прихований магазин (ПМ)
GF	Geo-Fencing	Геозонування		Гео-бар'єри (ГБ)

4 ВИСНОВКИ І НАПРЯМИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Акронімізація є варіативним та дієвим способом поповнення інновативного термінофонду україномовних сайтів продажу. Процес розробки перекладачем україномовних варіантів англійськомовних акронімів вимагає фахових знань у сфері онлайн-торгівлі для розуміння особливостей утворення та функціонування такої термінології. Застосовуючи різні механізми у процесі адаптації англійськомовних акронімів українською мовою, перекладачу необхідно видозмінювати акроніми одним або кількома способами: структурно, семантично, морфологічно, фонетично, а також враховувати українські культурні реалії, підбираючи ті ЛО, які є релевантними для україномовного сегменту електронної комерції. Перспективу дослідження становить розробка термінологічних словників та глосаріїв для споживачів україномовних торговельних онлайн-ресурсів із тлумаченням термінологічного корпусу україномовних акронімів. Актуальним також може бути аналіз сприйняття запропонованих нами відповідників англійськомовних акронімів користувачами україномовних сайтів продажу.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

- Борсук, Л. Ф. (2015). Структурно-семантичні та функціональні особливості англійської банківської терміносистеми (Кандидатська дисертація). Львівський національний університет імені Івана Франка. 203 с. <http://dspace.tneu.edu.ua/handle/316497/2932>
- Кримець, О. М. (2021). Запозичення в термінології нанотехнологій. Лінгвістичні дослідження, №55, 68–75. <https://doi.org/10.34142/23127546.2021.55.07>
- Кухарчишин, М. І. (2019). Міжгалузева термінологічна кореляція у процесі транстермінологізації (на матеріалі біологічної термінології). Термінологічний вісник, 5, 246–253. <https://termvisnyk.iul-nasu.org.ua/ua/zbirnyky-naukovyh-prats/2019-2/terminologichnyj-visnyk-5.html>
- Кухарчишин, М. І. (2021). Семантична деривація в українській біологічній термінології (Кандидатська дисертація). Львівський національний університет імені Івана Франка. <https://uacademic.info/en/document/0421U102528>
- Alberdi Larizgoitia, X. (2010). A typology of calques: The calque mechanism in contemporary Basque. ELUA: Estudios de Lingüística, Universidad de Alicante, 24, 13–35. <https://doi.org/10.14198/ELUA2010.24.01>
- Apollon (2024, April 4). E-commerce glossary. <https://apollon.de/en/artikel/e-commerce-glossary>
- Citrus (2021, September 6). <https://www.ctr.com.ua/actions/beri-zaraz-plati-potim/>
- Emagia (2025). <https://www.emagia.com/uk/resources/glossary/fmcg-meaning/>
- Fluent Commerce (2024). Glossary of terms. https://docs.fluentcommerce.com/by-type/glossary_term
- Horoshop (2025). <https://horoshop.ua/ua/glossary/serp/>
- Indeed (2025, July 24). <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/fast-consumer-goods?>
- Martech Zone (2025, April 7). <https://uk.martech.zone/acronym/ropo/>
- Melnyk, O. V., & Kyselova, I. I. (2025). Lexical neologisms in English: Formation, trends, and cultural impact. Studia Philologica, 24(1), 183–193. <https://doi.org/10.28925/2311-2425.2025.2413>
- NetSuite (2022, June 27). What is a Dark Store? <https://www.netsuite.com/portal/resource/articles/inventory-management/dark-store.shtml?>
- NML (2025, May 23). <https://www.nml.biz.ua/d2c-yak-praczyuye-czya-biznes-model/>
- Out of Home Journal (2023, November 16). <https://out-of-home.ua/geofencing-in-ooh/>
- Podcastle (2025, September 9). <https://podcastle.ai/blog/what-is-fomo?>
- Retailers (2025, October 3). <https://www.retailers.ua/news/menedjment/15491-fomo-marketing-yak-strah-upustiti-mojlivist-zmushuye-nas-kupuvati-i-scho-z-tsim-roblyat-brendi?>
- Sanchez-Stockhammer, C. (2017). Hybridization in language. In P. W. Stockhammer (Ed.), Conceptualizing cultural hybridization (pp. 133–157). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-642-21846-0_9
- Senthilkumar, R. M., & Jayanthi, V. E. (2019). A survey on acronym–expansion mining approaches from text and web. In Proceedings of the Second International Conference on SCI 2018 (Vol. 1). https://doi.org/10.1007/978-981-13-1921-1_12
- SEO (2024, June 25). <https://www.seo.com/basics/glossary/serp/?>
- Shopify (2025, August 20). <https://www.shopify.com/in/blog/what-is-geofencing?>
- Tran, H. T. H., Martinc, M., Caporusso, J., Doucet, A., & Pollak, S. (2023). The recent advances in automatic term extraction: A survey. CoRR. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2301.06767>
- Tsepalo, O., Borkovska, I., & Antonenko, I. (2023). Translating metaphorical terms of English sci-tech texts into Ukrainian. Advanced Linguistics, 12. <https://doi.org/10.20535/2617-5339.2023.12.288753>
- UA-Retail (2023, August 24). <https://ua-retail.com/2023/08/yak-viglyadaye-ta-yak-praczyuye-pershij-darkstore-merezhi-varus/>

UA-Retail (2024, June 18). <https://ua-retail.com/2024/06/ukrayinsky-ryteyl180624/>
 Wiking (2025). <https://wiking.ua/catalog/aktsii/>

REFERENCES

- Borsuk, L. F. (2015). Structural-semantic and functional features of the English banking terminology system (Candidate dissertation). Ivan Franko National University of Lviv. [in Ukrainian]
 URL: <http://dspace.tneu.edu.ua/handle/316497/2932> [in Ukrainian]
- Krymets, O. M. (2021). Borrowings in nanotechnology terminology. *Linguistic Studies*, 55, 68–75.
<https://doi.org/10.34142/23127546.2021.55.07> [in Ukrainian]
- Kukharchyshyn, M. I. (2019). Interdisciplinary terminological correlation in the process of transterminologization (based on biological terminology). *Terminological Bulletin*, 5, 246–253. <https://termvisnyk.iul-nasu.org.ua/ua/zbirnyky-naukovykh-prats/2019-2/terminologichnyj-visnyk-5.html> [in Ukrainian]
- Kukharchyshyn, M. I. (2021). Semantic derivation in Ukrainian biological terminology (Candidate dissertation). Ivan Franko National University of Lviv. <https://uacademic.info/en/document/0421U102528> [in Ukrainian]
- Alberdi Larizgoitia, X. (2010). A typology of calques: The calque mechanism in contemporary Basque. *ELUA: Estudios de Lingüística*, Universidad de Alicante, 24, 13–35. <https://doi.org/10.14198/ELUA2010.24.01>
- Apollon (2024, April 4). E-commerce glossary. <https://apollon.de/en/artikel/e-commerce-glossary>
- Citrus (2021, September 6). <https://www.ctrs.com.ua/actions/beri-zaraz-plati-potim/>
- Emagia (2025). <https://www.emagia.com/uk/resources/glossary/fmcg-meaning/>
- Fluent Commerce (2024). Glossary of terms. https://docs.fluentcommerce.com/by-type/glossary_term
- Horoshop (2025). <https://horoshop.ua/ua/glossary/serp/>
- Indeed (2025, July 24). <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/fast-consumer-goods?>
- Martech Zone (2025, April 7). <https://uk.martech.zone/acronym/ropo/>
- Melnyk, O. V., & Kyselova, I. I. (2025). Lexical neologisms in English: Formation, trends, and cultural impact. *Studia Philologica*, 24(1), 183–193. <https://doi.org/10.28925/2311-2425.2025.2413>
- NetSuite (2022, June 27). What is a Dark Store? <https://www.netsuite.com/portal/resource/articles/inventory-management/dark-store.shtml?>
- NML (2025, May 23). <https://www.nml.biz.ua/d2c-yak-praczyuye-czya-biznes-model/>
- Out of Home Journal (2023, November 16). <https://out-of-home.ua/geofencing-in-ooh/>
- Podcastle (2025, September 9). <https://podcastle.ai/blog/what-is-fomo/>
- Retailers (2025, October 3). <https://www.retailers.ua/news/menedjment/15491-fomo-marketing-yak-strah-upustiti-mojlivist-zmushuye-nas-kupuvati-i-scho-z-tsim-roblyat-brendi?>
- Sanchez-Stockhammer, C. (2017). Hybridization in language. In P. W. Stockhammer (Ed.), *Conceptualizing cultural hybridization* (pp. 133–157). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-642-21846-0_9
- Senthilkumar, R. M., & Jayanthi, V. E. (2019). A survey on acronym–expansion mining approaches from text and web. In *Proceedings of the Second International Conference on SCI 2018* (Vol. 1). https://doi.org/10.1007/978-981-13-1921-1_12
- SEO (2024, June 25). <https://www.seo.com/basics/glossary/serp/?>
- Shopify (2025, August 20). <https://www.shopify.com/in/blog/what-is-geofencing?>
- Tran, H. T. H., Martinc, M., Caporusso, J., Doucet, A., & Pollak, S. (2023). The recent advances in automatic term extraction: A survey. *CoRR*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2301.06767>
- Tsepkalo, O., Borkovska, I., & Antonenko, I. (2023). Translating metaphorical terms of English sci-tech texts into Ukrainian. *Advanced Linguistics*, 12. <https://doi.org/10.20535/2617-5339.2023.12.288753>
- UA-Retail (2023, August 24). <https://ua-retail.com/2023/08/yak-viglyadaye-ta-yak-pracyuye-pershij-darkstore-merezhi-varus/>
- UA-Retail (2024, June 18). <https://ua-retail.com/2024/06/ukrayinsky-ryteyl180624/>
- Wiking (2025). <https://wiking.ua/catalog/aktsii/>

Dmytro Chebonenko. Acronymization as a Way to Replenish the Innovative Terminology of Ukrainian-Language Sales Sites Taken from English-Language Sources. The article presents an analysis of acronymization as a way to replenish the innovative terminology of Ukrainian-language sales sites taken from English-language sources. The theoretical principles of term formation and borrowing of terms in the field of e-commerce are outlined, linguistic mechanisms and methods of adapting English-language acronyms in Ukrainian are highlighted, structural and stylistic changes of English-language acronyms during the transition to the Ukrainian-language context are analyzed, and the level of adaptability of terminology borrowed from English-language online shopping resources is assessed. In the process of research, methods of comparative, structural and word-formation, etymological and content analysis, as well as the descriptive method were used. The conducted contextual and semantic analysis contributed to a detailed study of the meanings of selected acronyms in a certain context. It was stated that acronymization is a variable and effective way to replenish the innovative terminology of Ukrainian-language sales sites. It is noted that the process of developing Ukrainian-language versions of English-language acronyms by a

translator requires professional knowledge in the field of online commerce to understand the peculiarities of the formation and functioning of such terminology. It is emphasized that using various mechanisms in the process of adapting English-language acronyms into Ukrainian, the translator needs to modify the acronyms in one or more ways, as well as take into account Ukrainian cultural realities, selecting those acronym terms that are relevant for the Ukrainian-language segment of e-commerce. The research perspective is defined as the development of terminological dictionaries and glossaries for consumers of Ukrainian-language online shopping resources with an interpretation of the terminological corpus of Ukrainian-language acronyms, as well as an analysis of the perception of the proposed equivalents of English-language acronyms by Ukrainian-language users of the websites.

Key words: term; terminology; translation; adaptation; e-commerce; semantic features.

Received: November 30, 2025

Accepted: December 5, 2025