



УДК 811.11

**STRUCTURAL AND SEMANTIC FEATURES OF TERMS
IN THE FIELD OF INTERNATIONAL TOURISM
СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ТЕРМІНІВ
У СФЕРІ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ**

Bushkova V.V. / Бушкова В.В.*c.p.s., as.prof. / к.ф.н., доц.***Syborova O.L. / Сиборова О.Л.***assis. prof. / ст. викладач**East European University of Economics and Management,**Cherkasy, Nechuy-Levitski, 16, 18036**Східноєвропейський університет економіки і менеджменту,**Черкаси, Нечуя-Левицького, 16, 18036*

Анотація. В роботі розглядаються окремі аспекти вивчення термінів міжнародного туризму на матеріалі англійської мови. Потреба в осмисленні та дослідженні термінів туристичної сфери обумовлена важливістю туризму для розвитку економіки багатьох країн і зростанням обсягу комунікації в цій галузі.

В роботі досліджено структурно-семантичні характеристики термінів туризму і шляхи їх адекватного відтворення в мові перекладу. Розглянуто такі продуктивні способи творення простих термінів як афіксація і телескопія. Окреслено формально-структурні особливості багатокомпонентних термінів словосполучень. Висвітлено закономірності перекладу термінів у галузі міжнародного туризму українською мовою.

Ключові слова: туризм, термін, туристична термінологія, термінотворення, телескопія, переклад

Вступ.

Сучасний туризм є масовою формою організації подорожей, яка сприяє реалізації потреб особистості, пов'язаних з розширенням її можливостей і компетенцій. У сучасному світі туризм впливає як на саму людину, так і на багато сфер її життя і на життя суспільства в цілому. Зокрема, розвиток туризму підвищує освітній і культурний рівень населення, сприяє розвитку творчого потенціалу особистості, відновленню її внутрішніх ресурсів.

Система туризму вирішує такі завдання соціальної та економічної сфер, як збільшення доходів населення, поліпшення рівня життя людей і добробуту нації, адже створюються галузі, які обслуговують індустрію туризму, що безпосередньо веде до диверсифікації економіки, залучення різного роду інвестицій, до збільшення дохідної частини бюджету за рахунок податків і притоку іноземної валюти.

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень та публікацій.

Бурхливий і стрімкий розвиток туристичної галузі зумовив необхідність відокремлення певного шару лексичних одиниць в самостійну терміносистему, дослідження і вивчення якої є однією з найважливіших умов успішної професійної діяльності в галузі туристичного обслуговування.

Питання вивчення термінології в різних аспектах було і є об'єктом зацікавлення багатьох зарубіжних й українських науковців. Зокрема, праці російських дослідників Д. С. Лотте, Г. О. Винокура, О. О. Реформатського,



О. В. Суперанської, В. М. Лейчика пропонують визначення найважливіших понять сучасного термінознавства. Основні ознаки терміну та його відмінність від загальноживаних слів висвітлені в наукових розвідках українських дослідників Т. Р. Кияка, Т. І. Панько, І. М. Кочан та інших. Праці українських науковців Л. О. Симоненко, М. П. Годованої, Л. В. Туровської, Г. В. Чорновол, О. Г. Чумак присвячено дослідженню окремих галузевих терміносистем.

У роботах вітчизняних авторів розглянуто деякі питання розвитку туристичної термінології: семантичні і функціональні особливості туристичних термінів в англійській мові та українській мові (В. В. Прима), формування та функціонування лексики туризму в українській мові (Л. В. Півнюва), особливості англійської та української терміносистем у галузі міжнародного туризму (В. В. Ліпінська), формування термінології спортивного туризму (О. Колотуха), лексико-семантичні відповідності перекладу поняттєвого апарату у сфері туристичної діяльності (М. М. Чикалова). Але до сьогодні недостатньо вивченою залишається проблема сприйняття термінів в залежності від їхньої семантики та структури.

Мова як засіб спілкування має яскраво виражений соціальний характер, де суспільні функції активно впливають на її структуру і багато в чому визначають її розвиток. Будь які зміни у нашому суспільстві впливають на словниковий склад мови. Розвиток будь якої галузі неминує супроводжуватися виникненням нових спеціальних слів на позначення досліджуваних об'єктів.

Розуміння семантики і структурних особливостей термінів, а також способів і моделей їх утворення, значно полегшує процес декодування термінологічних одиниць і, відповідно, дозволяє передати їх засобами мови перекладу максимально адекватно.

Мета статті – дослідження структурно-граматичних і лексико-семантичних характеристик термінів туризму і виявлення основних принципів перекладу туристичної термінології

Виклад основного матеріалу дослідження.

Перш ніж почати досліджувати мову галузі туризму, необхідно в загальних рисах зупинитися на сутності даної галузі людської діяльності. Визначити термін «туризм» коротко і в той же час сповна досить складно, через різноманіття виконуваних ним функцій і форм прояву.

Визначення, прийняте Всесвітньою туристичною організацією, використовується в усіх країнах-членах UNWTO, в тому числі й в Україні. Закон України «Про туризм» містить таке тлумачення: «Туризм – тимчасовий виїзд людини з місця постійного проживання з оздоровчою, пізнавальною або професійно-діловою метою без заняття оплачуваною діяльністю» [1].

В англійських академічних словниках туризм визначається як: business of providing services for people who are traveling for their holiday [2, с. 1585]; business of providing services such as transport, places to stay or entertainment for people who are on holiday [3, с. 1540]; practice of traveling for recreation; guidance or management of tourists; promotion or encouragement of touring; the accommodation of tourists [4].

Однією з особливостей понятійної системи туризму є інтеграція термінів із



суміжних наукових і професійних областей, зокрема географічних, економічних, комерційних, соціологічних, психологічних, культурологічних, та інших понять, що ускладнює визначення меж системи наукових і професійних понять, які формують понятійну основу фундаментальних і прикладних наук про туризм та туристичну діяльність. Частина термінів, які називають ці поняття, в силу своєї нової системності отримали «туристичну» детермінованість і увійшли до складу «власної» термінології туризму.

Аналіз вибірки туристичних термінів, які формують власну термінологію туризму, був проведений з використанням класифікації, запропонованої Л. Б. Ткачовою, що включає прості і складні терміни та термінологічні сполучення, які поділяються на зв'язні термінологічні сполучення, тобто «стійкі багатокомпонентні термінологічні сполучення, де неможлива заміна складових його елементів без порушення семантичної цілісності всього сполучення», і вільні термінологічні сполучення, тобто такі, де «можлива синонімічна заміна одного або двох складових його елементів зі збереженням семантичної цілісності всього сполучення» [5, с. 67]. Крім того, класифікація включає фразові терміни із сполучниковим або прийменниковим синтаксичним зв'язком.

Прості і складні терміни сфери туризму утворюються морфологічним способом і представлені переважно іменниками, прикметниками та дієсловами. Приклади простих однослівних термінів: *acquisition, animation, apartment, bed, booking, breathtaking, buffet, bungalow, camera, coach, commission, deluxe, demand, demographic, destination, duplex, embassy, familiarization, guide, hostel, hosteller, hotelier, lobby, luxury, operator, public, reception, receptionist* тощо.

Аналіз простих термінів дозволив з'ясувати, що серед морфемних способів термінотворення найбільшою активністю характеризуються афіксація, суфіксація зокрема, і телескопія. В результаті морфологічного аналізу, ми дійшли висновку, що часто вживаними афіксами є суфікси *-ation, -er, -ing, -ess, -or, -ion, -ist, -ism, -ness*, та префікс *non-*. Найпродуктивнішими елементами в досліджуваній вибірці є суфікси *-ing, -ent, -(t)ion*.

Ще одним активним способом словотворення в сучасній сфері туризму є телескопія, яку в широкому сенсі розуміють, як самостійний спосіб словотворення в англійській мові, що представляє собою злиття двох або більше усічених основ або слів, або злиття повного слова/основи з усіченим, з можливим накладенням букв/звуків в місці злиття, в результаті якого утворюється нова телескопічна одиниця, яка повністю або частково поєднує значення всіх компонентів, що входять до її структури. Наприклад, отримана у результаті усічення початкової частини лексеми *vacation* коренева морфема *-cation*, виступає в ролі словотвірного суфікса в туристичних неологізмах і вказує на вид діяльності, певним чином пов'язаний із відпочинком; *staycation* – відпустка, відпочинок у рідній країні, а не за кордоном, або відпочинок вдома та одноденні поїздки до місцевих визначних пам'яток; *flocation* – альтернатива *staycation* – неспішний, спокійний, розслаблюючий відпочинок на свіжому повітрі, що дозволяє насолодитися мінливим ландшафтом, дослідити водні канали та річки без зайвих турбот та речей; *mumcation* – відпочинок від материнських обов'язків, коли мами їдуть у тривалу відпустку і залишають



дітей на чоловіків.

Варто зазначити, що найбільша кількість телескопічних одиниць у нашій вибірці представляють такий тип семантичної кореляції між компонентами, при якому значення кінцевої одиниці складається не тільки з суми значень компонентів, а й включає додаткові смисли, зрозуміти які дозволяє лише контекст, наприклад: *buddymoon* – медовий місяць, коли друзі і родина наречених також іде з молодятами на їх запрошення у весільну подорож; *babymoon* – проміжок часу після народження дитини, протягом якого новоспечені батьки можуть зосередитись на встановленні зв'язку зі своєю дитиною; *rainmoon* – коротка відпустка, яку пари беруть до народження дитини.

Часто, неологізми, створені телескопічним способом, позначають реалії англomовної туристичної галузі, яких не існує в українській туристичній сфері. Для перекладу такої безеквівалентної лексики використовують транскрипцію, транслітерацію, описовий переклад та калькування.

Описовий переклад полягає в розлогодному тлумаченні перекладної лексичної одиниці. Можна сказати, що даний прийом не є перекладом, а радше розгорнутим поясненням, яке хоч і є досить об'ємним, максимально повністю розкриває початкове значення терміна. Наприклад, англійський термін *housekeeper* перекладається українською мовою як *завідувач готельним господарством*; *American plan* – *готельний тариф, що включає в себе вартість розміщення та триразового харчування*.

Транскрипція – це фонемне відтворення звукової форми вихідного слова. При цьому відтворена лексична одиниця трансформується, підлаштовуючись під індивідуальні характеристики вимови мови перекладу. Наприклад, англійський термін *camping* (літній табір, призначений для зупинки туристів, які подорожують автобусами, легковими автомобілями, мотоциклами, велосипедами) при відтворенні українською набуває певної фонемної імітації – *кемпінг*. Термін *кемпінг* є близьким, але не тотожним, за значенням українському терміну *табір*, і, оскільки, він не відображає повною мірою значення поняття, термін *табір* не може вважатися еквівалентом терміну *camping*. Часто спостерігаємо поєднання застосування транскрипції та описового перекладу: *bipatriote* – *бінатрид* – *особа, яка має одночасно громадянства двох (а іноді і більше) держав*; *backpacker* – *бекпекер* – *особа, що подорожує за невеликі гроші, найчастіше принципово відмовляючись від послуг туроператорів*; *flashpacker* – *флешпекер* – *бекпекер, який подорожує у комфортних умовах і користується під час мандрівки різноманітною відео- та фототехнікою*.

Термінологічні сполучення утворюються синтаксичним способом і за кількісним і формально-граматичним змістом компонентів, що входять до їх складу, діляться на двох-, трьох-, багатокомпонентні і фразові.

Структурний аналіз досліджуваної вибірки термінологічних сполучень показав, що найбільш поширеним типом є двокомпонентні термінологічні сполучення, наприклад: *agency agreement, air terminal, arrival time, air carrier, bulk fare, booking confirmation, banquet room, business class, beach view, city view, connected rooms, continental breakfast, economy hotel, excess baggage, extra bed,*



familiarization trip, family room, garden view, grand hotel, guest house, holiday village, inbound tourism, junior suite, leisure center, military tour, national park, park view, presidential room, receiving country, rack rate, renovated room, restricted goods, snack bar, space tourism, seasonal demand, tourism infrastructure тощо.

У досліджуваній вибірці найбільш поширеними є двокомпонентні термінологічні сполучення організовані за наступними структурним типам: **N+N**: *rack rate* – повний тариф вартості номера (без знижок); *service charge* – додаткова платня за обслуговування; **N+N(pl)**: *ancillary revenues* – додаткові доходи: гроші, зароблені на несуттєвих компонентах перевезення, включаючи гарнітури, ковдри та харчування; *accommodation terms* – умови розміщення; *day visitors* – денні відвідувачі (відвідувачі, які прибувають і виїжджають того самого дня, незалежно мети подорожі); **Adj+N**: *high season* – сезон високого попиту; *free admission* – вільний вхід (наприклад, на виставки, картинні галереї, музеї тощо); *special offer* – спеціальна пропозиція; *continental breakfast* – континентальний сніданок; **PII+N**: *customized tour* – індивідуальний тур (тур, розроблений з урахуванням конкретних потреб певного цільового ринку); *confirmed reservation* – підтверджене бронювання; *guided tour* – екскурсія з гідом (місцева екскурсійна поїздка, яку проводить гід).

Серед трикомпонентних термінологічних сполучень англійської туристичної термінології найбільш поширеними є такі моделі: **N+N+N**: *sales promotion devices* – способи стимулювання збуту; *visitor reception program* – програма прийому відвідувачів; *visa acquisition rules* – правила одержання візи; **Adj+N+N**: *annual occupancy rate* – рівень середньорічного завантаження (курорту, готелю тощо); *medical resources permit* – дозвіл на користування лікувальними ресурсами; **Adj+Adj+N**: *unfavourable biological factors* – несприятливі біологічні чинники.

Структурний аналіз термінів дозволив виявити термінологічні сполучення, в яких синтаксичні відносини виражені за допомогою прийменників або сполучників, наприклад: *front of house* – зони в готелі або ресторані і персонал, з якими клієнт буде мати справу під час свого перебування, наприклад, лобі і обідня зона; *back of house* – допоміжні приміщення за лаштунками в готелі або motelі; *end on end* – дві або більше поїздки в обидва боки, що слідує одна за одною; *application for passport* – заява на отримання паспорту; клопотання про отримання паспорту; *trip of long duration* – довгострокове відрядження; *dine and dash* – гість в ресторані, який іде, не заплативши за послуги; *meet and greet* – служба зустрічі, супроводу і вітання гостей.

Зважаючи на структурно-типологічні особливості української та англійської мов, можна виділити певні закономірності перекладу термінів-словосполучень українською мовою, а саме за допомогою: прикметника/дієприкметника + іменник: *customer service* – клієнтська служба, *discounted fare* – пільговий тариф; *tourist industry* – туристична галузь; *agency agreement* – агентська угода; *seasonal demand* – сезонний попит; іменника в родовому відмінку: *waiting list* – лист очікування (список на підтвердження бронювання); *first class hotel* – готель першого класу; *arrival time* – час прибуття; *excess baggage* – надлишок багажу; іменника та прийменникового



звороту: *press trips* – поїздки для представників преси, *bed tax* – податок на номер, *parking facilities* – місця для стоянки, *last-minute booking* – бронювання в останній момент; *beach view* – вид на пляж.

Висновки.

Проведений формально-структурний аналіз виявив, що терміни аналізованої сфери представлені простими і складними термінами та термінами-словосполученнями (двох-, трьох- і багатокомпонентними). Значна кількість полілексемних термінів може свідчити про незавершеність процесу формування терміносистеми міжнародного туризму сучасного періоду.

Аналіз простих термінів дозволив з'ясувати, що серед морфемних способів термінотворення найбільшою активністю характеризуються афіксація, суфіксація зокрема, і телескопія.

Серед телескопічних одиниць переважають часткові, створені злиттям повної і усіченої основ. Було виявлено, що за допомогою усічених елементів часто створюється низка слів за аналогією з вихідною лексичною одиницею, а не одиничні терміни.

Серед багатокомпонентних термінологічних сполучень в сфері туризму домінують двокомпонентні одиниці, побудовані за такими моделями N+N, Adj+N.

З метою адекватного відтворення термінів туристичної галузі застосовують такі методи: пошук в мові перекладу лексичного еквівалента терміна вихідної мови, переклад за допомогою описової конструкції, запозичення за допомогою калькування, транскрипції та транслітерації.

Література:

1. Закон України «Про туризм» від 15.09.95 № 325/95 – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80/ed20010703>
2. Macmillan English Dictionary for Advanced Learners. International Student Edition. Oxford: Bloomsbury. Publishing Plc, 2006. –1694 p.
3. Cambridge Advanced Learner's Dictionary. Cambridge: CUP, 2012. – 1814 p.
4. Merriam-webster Dictionary [Electronic source]. – Access mode : <http://www.merriam-webster.com/dictionary>
5. Ткачева, Л. Б. Основные закономерности английской терминологии / Л. Б. Ткачева. – Томск : Изд-во Томского ун-та, 1987. – 200 с.

References:

1. Law of Ukraine on tourism 15.09.95 № 325/95. Available at: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80/ed20010703>
2. Macmillan English Dictionary for Advanced Learners. 2006. International Student Edition. Oxford: Bloomsbury. Publishing Plc, 1694.
3. Cambridge Advanced Learner's Dictionary. 2012 Cambridge: CUP, 1814.
4. Merriam-webster Dictionary Available at: <http://www.merriam-webster.com/dictionary>
5. Tkacheva, L. B. 1987 *Osnovnye zakonernosti anglijskoj terminologii* [Basic patterns of English terminology]. Tomsk



Abstract. *The paper covers some aspects of the study of the terms of international tourism on the material of the English language. The need for a more detailed study of the structural and semantic characteristics of tourism terms as well as peculiarities of their translation is relevant because the tourism industry, as one of the most important modern economic and social industries, is developing dynamically and gives impetus to the terminological system.*

Understanding the semantics and structural features of terms, as well as methods and models of their formation, greatly facilitates the process of decoding terminological units and, accordingly, their translation as adequately as possible.

The work investigates such productive ways of creating simple terms as affixation and blending. Formal and structural features of multicomponent terms are outlined. The peculiarities of translation of terms in the field of international tourism into Ukrainian are highlighted.

Key words: *tourism, term, tourist terminology, term formation, blending, translation*