

Кисилиця Ю. І.,

*магістр кафедри комунікативної лінгвістики та перекладу  
Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича*

Бялик В. Д.,

*доктор філологічних наук, професор,  
завідувач кафедри комунікативної лінгвістики та перекладу  
Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича*

## СТРУКТУРНІ ТА СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛОМОВНИХ ТЕРМІНІВ ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ

**Анотація.** Статтю присвячено дослідженню термінів англійської мови галузі туризму. У статті надається визначення понять «туристичний термін», «туристична термінологія», з'ясовуються структурні та семантичні особливості англомовних термінів галузі туризму.

Туристичний термін є засобом номінації фахового поняття відповідної галузі, а її термінологія представлена сукупністю подібних одиниць. Англомовні терміни галузі туризму є різнорідними за структурою. Вони представлені однокомпонентними та багатокомпонентними одиницями. Однокомпонентні терміни є іменниками, дієсловами, прикметниками та прислівниками. Багатокомпонентні одиниці переважають над однокомпонентними. Найбільш поширеними серед них є дво- та трикомпонентні словосполучення, утворені за структурними моделями N + N; Adj + N; Part I + N; Part II + N; Num + N; N + N + N, Adj + N + N. До складу аналізованої термінології входять також аббревіатури, утворені шляхом скорочення окремих чи всіх слів багатокомпонентних термінів, а також їхніх частин чи літер.

Англомовна термінологія галузі туризму не є однорідною за своїм семантичним складом, оскільки до неї входять не тільки суто туристичні терміни, але й терміни з економічної, юридичної, комп'ютерної, транспортної, спортивної, медичної та інших галузей. Це зумовлено своєрідністю самої галузі туризму, а також розмаїттям понять, що належать не тільки до неї, але й до інших галузей і сфер життя та діяльності людства.

У зв'язку із цим англомовна термінологія галузі туризму є складним, багатограничним системно-структурним утворенням, актуалізованим лексико-семантичними мікрополлями, одиниці яких є засобами позначення видів туризму та подорожей; особливостей і місць розташування туристів; видів транспорту, що забезпечують їх доставку та перевезення; видів відпочинку та розваг для туристів; устаткування для туристів; інвентарю туристів; харчування для туристів; суб'єктів галузі; процесів, що відбуваються в ній; її тарифів і оплат; документів; видів туристичних компаній і організацій; сезонних особливостей туризму; хвороб, пов'язаних із подорожуванням. Окремі із вказаних лексико-семантичних полів поділяються на менші лексико-семантичні групи.

**Ключові слова:** англійська мова, лексико-семантичний склад, мікрополе, структурні особливості, туристичний термін.

**Постановка проблеми.** Бурхливий розвиток науки та техніки, процеси глобалізації та міжнародної кооперації зумовили інтенсифікацію досліджень термінологій різних сфер і галузей.

Незважаючи на те, що термінознавство початку XXI ст. характеризується активізацією їх теоретико-практичних досліджень [див., напр., 2–5; 8], недостатню увагу приділено, на нашу думку, вивченню термінології галузі туризму. Означена галузь постійно розвивається, а з нею розвивається і її термінологія. Історичний розвиток туризму та загальні глобалізаційні процеси закріпили англійську мову як основну мову міжнародного туризму.

**Мета статті** полягає у вивченні англомовних термінів галузі туризму, а її завдання – визначення поняття «термін галузі туризму», з'ясування структурних і семантичних характеристик англомовних термінів галузі туризму.

**Виклад основного матеріалу.** Оскільки термін є засобом фіксації спеціального поняття тієї чи іншої сфери професійного знання чи діяльності [6, с. 7], під терміном галузі туризму розуміємо слово чи словосполучення, що вживається на позначення спеціальних понять галузі туризму. До таких понять можуть бути віднесені предмети, явища, об'єкти, суб'єкти галузі туризму. Сукупність термінів означеної галузі являє собою її термінологію, вивчення якої потребує, зокрема, аналізу її структурних, частининомовних і семантичних особливостей.

Термінологія галузі туризму англійської мови представлена термінами-словами та термінами-словосполученнями або одно- та багатокомпонентними терміноодинамиціями. Дослідження однокомпонентних термінів дозволило з'ясувати, що вони представлені:

- іменниками (*motel, occupancy, package, reconfirmation, resort*);
- дієсловами (*cancel, abort, detour, re-route*);
- прикметниками (*allocentric, non-transferable, duitable*);
- прислівниками (*aboard, ashore*).

Аналіз термінології англійської мови галузі туризму дозволив також визначити, що в ній переважають багатокомпонентні одиниці, які налічують два та більше компоненти. Такі одиниці здатні позначати більш складні поняття означеної галузі. До них належать словосполучення, представлені структурними моделями:

- N + N (*departure tax, hospitality suite, export tourism, travel sickness*);
- Adj + N (*false booking, promotional fare, intercontinental flight, green tourism*);
- Part I + N (*flying boat, handling fee, landing card, overriding commission*);

- Part II + N (*graded hotel, unrestricted fare, guided tour*);
- Num + N (*first-class, one way*).

Варто зазначити, що графічна форма складних термінів англійської мови галузі туризму ще й дотепер не встановилася. Такі одиниці пишуться і через дефіс, і разом, і окремо, зокрема: *doorkeeper, door-keeper*. Окрім вказаних словоформ, спостерігаються й інші варіанти комбінацій написання складних термінів, наприклад: *airhostess, air hostess; guidebook, guide book*. Варто відзначити і триваріантне написання окремих одиниць, наприклад: *custom house, custom-house, customhouse*. Наявність таких варіантів формально підтверджує існування в англійській мові тенденції переходу словосполучень у складні слова [8, с. 34].

Поряд із двокомпонентними терміноодинацями, які є основним видом термінів-словосполучень в аналізованій галузі, її термінологія представлена також значною кількістю трикомпонентних термінів, утворених за допомогою таких частин мови:

- N + N + N (*family table services, hotel occupancy rate, king size bed*);
- Adj + N + N (*frequent flyer program, global distribution system, inbound tour operator*).

Інші структурні моделі аналізованої термінології, що не можна вважати частотними, представлені моделями:

- N + P I + N (*tour basing fare, tourism generating areas*);
- N + P II + N (*tour-based fare*);
- N + Adj + N (*group inclusive tour*);
- Adj + Adj + N (*foreign independent tour*);
- Adj + Part I + N (*physical carrying capacity*);
- Adj + Part II + N (*domestic escorted tour*);
- Num + N + N (*one-way ticket*);
- P I + N + N (*incoming tour operator*);
- P II + N + N (*escorted group tour*);
- P II + Adj + N (*modified American plan*).

Англомова термінологія галузі туризму представлена також чотирикомпонентними одиницями, що є менш поширеними та представленими моделями:

- Adj + N + N + N (*instant purchase excursion fare*);
- Adj + Adj + N + N (*domestic same-day visitor*);
- Adj + P II + N + N (*mileage-based fare system*).

Аналіз англомовної термінології означеної галузі дозволив виявити також п'ятикомпонентний термін із такою частини-мовною формулою, як Adj + N + Adj + N + N: *special group inclusive tour fare*.

Значна кількість одиниць аналізованої термінології англійської мови представлені абрєвіатурами, що були утворені шляхом:

1) редуції словосполучення до перших букв кожного слова чи перших двох букв початкового слова та перших літер наступних слів словосполучення (*RevPAR – revenue per available room*);

2) редуції першого слова словосполучення до початкової літери чи складу (*FAMtour – familiarization tour*);

3) редуції кожного слова словосполучення до початкової літери (*WTO – World Travel Organization*);

4) редуції кожного слова словосполучення до початкової літери зі збереженням сполучника (*B&B – bedand breakfast*);

5) редуції слова чи словосполучення до першого складу (*comsat – communication satellite*);

6) збереженні абрєвіатури мовою оригіналу (*ITB – Internationale Tourismusbörse*);

7) редуції шляхом опускання частини слова – початку, кінця, середини чи окремих (переважно голосних) звуків і літер, що їх позначають (*dbl – double room*);

8) редуція кожного слова із словосполучення до одного складу (*TEDQUAL – Tourism Educational Quality*).

Загалом початкові літери коротких службових слів (*and, or, of, to*) не включають до абрєвіатури, за винятком необхідності покращення їх вимови. Деякі абрєвіатури із часом асимілюються у звичайні слова, пишуться з маленької літери та вже не є абрєвіатурами, наприклад: *scuba – self-contained under water breathing apparatus*.

Оскільки жодна сфера, жодна професійна галузь не створює всі свої терміни заново, то цілком природно, що багато термінів запозичуються із суміжних галузей знання. Термінологія англійської мови галузі туризму також взаємодіє з термінологіями інших галузей і поповнюється їхніми одиницями. В одних випадках термінологічні одиниці не піддаються переосмисленню, тобто запозичуються разом із залученням понять (*avalanche, coral reefs* (географія); *acrophobia, seasickness* (медицина); *waterskiing, bungee-jumping* (спорт)); в інших – повністю чи частково змінюють своє значення відповідно до потреб термінології, що запозичує їх (*to downgrade* (економ.) – *to give smth, a lower grade, value or status*; *to downgrade* (турист.) – *to move to a lower grade or quality of services or accommodations*).

До складу термінології англійської мови галузі туризму належать також загальнонаукові терміни великої семантичної ємності, що зазвичай позначають категоріальні та класифікуючі наукові поняття, які функціонують у різних галузях. У складі термінів-словосполучень вони суттєво звужують і конкретизують своє значення, зокрема: *in direct route principle, attendance factor, time series analysis*.

За нашими спостереженнями, міжгалузева лексика англійської мови галузі туризму містить у своєму складі терміни з таких сфер:

1) економічної (*tariff, base fare, BBDtax – bed, board, beverage tax*), юридичної (*cancellation clause, force majeure*);

2) комп'ютерної (*electronic ticketing, metered Internet access*);

3) транспортної (*bareboat charter, car rental*);

4) спортивної (*windsurfing canyoneering, cross-country skiing*);

5) медичної (*motion sickness, bilharzias*);

6) географічної (*coral reefs, geyser*);

7) харчування (*table d'hote menu*).

Вищезазначене дозволяє стверджувати, що англомова термінологія галузі туризму є складним, багатограним системним утворенням, структура якого включає окремі підсистеми. Системність лексики будь-якої фахової мови віддзеркалюється в системності її понятійних полів. Значення будь-якої лексичної одиниці існує не ізольовано, а в певному співвідношенні із значеннями інших слів того поля, до якого вона належить. Під термінологічним полем розуміють своєрідну, штучно окреслену сферу існування терміна, у межах якої він володіє всіма ознаками, що властиві цій одиниці (терміну) [5, с. 48]. Поле для термінологічного поняття є системою понять, до якої воно належить, а для терміна-слова полем є та сукупність інших термінів-слів, з якими він взаємодіє в межах даної фахової мови, на базі якої формується сам і на які впливає своєю мовною нормою [5, с. 49].

Застосування семантичних полів як методу опису термінологічної лексики пов'язано з розподілом термінологічних лексичних одиниць на певні лексико-семантичні групи. Терміни, що входять до однієї групи, становлять відносно самостійну лексичну мікросистему з огляду на її внутрішні смислові відношення [4, с. 32]. Такі групи представляють мікрополя, що належать до певного спільного поля. Усе вищезазначене дозволяє стверджувати, що термінологія англійської мови сфери туризму складається з мікрополів, до яких ми відносимо ті, що позначають:

- 1) види туризму та подорожей (*agricultural tourism, adventure holiday, green tourism*);
- 2) особливості та місця для розміщення туристів (*floatel, boutique hotel, honeymoon room*);
- 3) транспорт, що забезпечує доставку та перевезення туристів (*canoe, courtesy bus, motorcoach*);
- 4) види відпочинку та розваг для туристів (*coral reefs, theme park, wine testing*);
- 5) устаткування для туристів (*backscatter, baggage locker, berth, sleeperette*);
- 6) інвентар туристів (*trunk, backpack, cabin bag*);
- 7) харчування (місць, видів та ін.) для туристів (*coffee shop, bistro, continental breakfast*);
- 8) суб'єктів галузі (*bell hop, day visitor*);
- 9) процесів, що відбуваються в ній (*advance reservation, cancellation*);
- 10) її тарифів і оплат (*bereavement fare, booking charge*);
- 11) документів (*baggage check, accident insurance, hotel voucher*);
- 12) видів туристичних компаній і організацій (*cruise-only agency, World Tourism Organization*);
- 13) сезонність туризму (*busy season, dead season*);
- 14) хвороби, пов'язані з подорожуванням (*altitude sickness, breakbone fever*).

Як бачимо, англійська термінологія галузі туризму має широкі та розгалужені зв'язки із суміжними термінологіями, тому чітку межу між нею й іншими провести не можна. Окремі з визначених лексико-семантичних полів англійської термінології галузі туризму можна поділити на менші лексико-семантичні групи. Так, наприклад, до мікрополя «види туризму та подорожей» можна віднести такі лексико-семантичні групи, як «види туризму» (*religious tourism, educational tourism, export tourism*) та «види подорожей» (*coastal cruise, familiarization trip*). Мікрополе «розміщення туристів» містить такі лексико-семантичні групи, як: «засоби розміщення» (*capsule hotel, boatel*), «типи розміщення» (*European plan, continental plan*), «типи приміщення» (*honeymoon suite, function room*).

У мікрополі «транспорт» можна виокремити такі лексико-семантичні групи одиниць, як «наземний транспорт» (*campervan, boat train*), «водний транспорт» (*coaster, catamaran*), «повітряний транспорт» (*charter plane, flying boat*), «види доріг» (*autobahn, clearway*), «класи транспортного сервісу» (*business class, tourist class*). До структури мікрополя «відпочинок та розваги» входять лексико-семантичні групи «види спорту» (*ballooning, cave tubing*), «туристичні об'єкти» (*canyon, marine park, safari park*). Мікрополе «харчування» поділяється на такі лексико-семантичні групи, як «заклади харчування» (*speciality restaurant, bodega*) «типи ресторанного сервісу» (*American service, family-style service*).

У структурі мікрополя «суб'єкти сфери туризму» можна виокремити такі дві лексико-семантичні групи, як «службовці» (*incoming tour operator, bellhop*) та «гості» (*late arriver, domestic visitor*). Процеси, що відбуваються в індустрії туризму, можна поділити на ті, що супроводжують бронювання (*overbooking, cancellation*), супроводжують розміщення туристів (*check-in procedure, check-out*), пов'язані з використанням транспортних засобів (*baggage check, clearance*). Кожне з виокремлених мікрополів і лексико-семантичних груп термінів не є ізольованим одне від одного. Це відкриті мікросистеми, члени яких вступають у певні зв'язки один з одним, про що, зокрема, говорить Ю. Апресян, який зазначає, що «<...> з будь-якого семантичного поля через більш чи менш довгий ланцюжок опосередкованих ланок можна потрапити у будь-яке інше поле» [1, с. 251–252].

**Висновки.** Отже, туристичний термін є одиницею позначення фахового поняття відповідної галузі, а її термінологією є сукупність таких одиниць. Англійська термінологія галузі туризму не є однорідною ані за своїми структурними параметрами, ані за семантикою. Вона представлена одно- та багатокомпонентними терміноодинамиціями, тобто термінами-словами та термінами-словосполученнями.

Однокомпонентні терміни є іменниками, дієсловами, прикметниками та прислівниками. Найбільш частотні серед багатокомпонентних термінів дво- та трикомпонентні словосполучення, утворені за структурними моделями N + N; Adj + N; PartI + N; PartII + N; Num + N; N + N + N, Adj + N + N. Аналізована термінологія представлена також чотирикомпонентними одиницями, що не є частотними, а також аббревіатурами, утвореними шляхом скорочення окремих чи всіх слів багатокомпонентних термінів, а також їхніх частин чи літер.

Водночас англійська термінологія галузі туризму є складним, багатограним системно-структурним утворенням, актуалізованим лексико-семантичними мікрополями, одиниці яких є засобами позначення видів туризму та подорожей, особливостей і місць розташування туристів; видів транспорту, що забезпечують доставку та перевезення туристів; видів відпочинку та розваг для туристів; устаткування для туристів; інвентарю туристів; харчування для туристів; суб'єктів галузі; процесів, що відбуваються в ній; її тарифів та оплат; документів; видів туристичних компаній і організацій; сезонних особливостей туризму; хвороб, пов'язаних із подорожуванням. Окремі з визначених лексико-семантичних полів англійської термінології галузі туризму поділяються на менші лексико-семантичні групи. Зазначене дозволяє стверджувати, що англійська термінологія галузі туризму взаємодіє та запозичує одиниці з інших термінологій, що зумовлено розмаїттям понять галузі туризму. Перспективи подальших досліджень вбачаємо в аналізі способів перекладу термінів англійської мови галузі туризму в залежності від їхніх структурних і семантичних особливостей.

#### Література:

1. Апресян Ю. Лексическая семантика. Синонимические средства языка. Москва : Наука, 1974. 367 с.
2. Біян Н. Лексико-семантична та структурна класифікація термінів в англійській мові. *Іноземна філологія*. 2009. Вип. 121. С. 142–149.
3. Івашишин О. Принципи диференціації термінологічних та нетермінологічних одиниць англійської науково-технічної дискурсу. *Мова і культура. Культурологічний підхід до викладання мови і літератури*. 2004. Вип. 7. С. 170–176.

4. Литвинко О. Словотвірні та семантичні характеристики англійської термінологічної підсистеми машинобудування : дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Суми, 2007. 211 с.
5. Морозова Л. Теория и практика построения терминологических полей. *Терминоведение*. 1996. № 1–3. С. 49–54.
6. Панько Т., Кочан І., Мацюк Г. Українське термінознавство. Львів : Освіта, 1994. 216 с.
7. Beaver A. A Dictionary of Travel and Tourism Terminology. Wallingford : CABI Publishing, 2005. 409 p.
8. Faber P. Cognitive Linguistics View of Terminology and Specialized Language. Berlin ; Boston : De Gruyter, 2012. 307 p.
9. Meldik S. Dictionary of Leisure, Travel and Tourism. London : Bloomsbury Publishing Place, 2003. 273 p.
10. Sharpley R. Travel and Tourism. London : SAGE Publications Ltd, 2006. 232 p.

**Kysylytsia Y., Byalyk V. Structural and semantic features of English-language terms in the field of tourism**

**Summary.** The article is devoted to the study of English language terms in the field of tourism. The definitions of the notions of “tourist term”, “tourist terminology”, are given in the article, as well as structural and semantic features of English-language tourist terms are analysed in it.

The tourist term is a means of designating of the professional notion of the field, and its terminology is represented by a set of such units. English-language tourist terms are heterogeneous by their structure. They are represented by single-component and multi-component units. Single-component terms are nouns,

verbs, adjectives, and adverbs. Multicomponent units prevail over single-component ones. The most common terms among them are word combinations with two and three components formed on the structural models N + N; Adj + N; Part I + N; Part II + N; Num + N; N + N + N, Adj + N + N. The analyzed terminology also includes abbreviations formed by shortening of some or all words of multicomponent terms, as well as their parts or letters.

The English-language tourist terminology is not homogeneous by its semantics. It includes terms from economic, legal, computer, transport, sport, medical and other fields. This is stipulated by the originality of the field of tourism industry itself, as well as by variety of its notions related not only to it, but also to other fields and spheres of life and activity of mankind.

In view of this the English-language terminology of tourism is a complex, multifaceted system and structural formation, actualized by lexico-semantic microfields units of which denote types of tourism and trips; features and places of tourist accommodation; types of transport, with the help of which tourists are transported; types of rest and entertainment for tourists, equipment for tourists; food for tourists; people engaged in the field; its processes; tariffs and payments; documents; types of tourist companies and organizations; seasonal variations of tourism; diseases related to travelling. Some of these lexical-semantic fields are divided into smaller lexical-semantic groups.

**Key words:** the English language, lexical and semantic composition, microfield, structural features, tourist field.