

*Шмідт Д. П.,**викладач кафедри іноземних мов
Поліського національного університету*

СПОСОБИ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛІЙСЬКИХ ТУРИСТИЧНИХ ТЕРМІНІВ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

Анотація. Стаття фокусується на дослідженні проблематики термінології сфери англомовного туризму. Наукова стаття присвячена розгляду ключових аспектів проблематики англомовної туристичної термінології та способам їх перекладу українською мовою. З'ясовано вплив та значення туристичних термінів, перекладених на українську мову, та способи їх використання. Розглянуто туристичну термінологію та її характеристики в рамках послуг сфери туризму. У статті наведено основні виклики сучасного термінознавства, встановлена періодизація розвитку терміна «туризм», яка поділяється на чотири етапи: 1) прообраз туристичної діяльності; 2) початок розвитку масового туризму; 3) масовий туризм; 4) масовий диференційований туризм. Наведено класифікацію туристичних термінів та їх відповідників у лексиці української мови, також було розглянуто способи перекладу англійських туристичних термінів українською мовою. Туристична термінологія складається з двох рівнів – мовного та концептуального, охоплюючи загальнонаукові, міжгалузеві та вузькоспеціалізовані терміни. В ході дослідження виявлено, що запозичення є найбільш продуктивним джерелом поповнення українського мовного запасу туристичних термінів. Визначені основні способи перекладу запозиченої туристичної лексики, такі як: 1) дослівний переклад; 2) транскодування; 3) передача значень слів завдяки відносним або абсолютним еквівалентам; 4) заміна контекстуального значення слова або словосполучення; 5) гібридний переклад. Розглянуто способи творення більшості туристичних назв, які формуються за моделлю N+N для позначення понять туристичної сфери. Встановлені способи перекладу запозиченої лексики у зв'язку з високим рівнем сформованості англомовної туристичної термінології. Окрім цього, в дослідженні проаналізована роль запозичень та калькування у становленні цілісної терміносистеми туризму як суспільного феномену в українській мові. Виокремлені семантичні групи назв видів туризму, туристичних приміщень, туристичного інвентаря та засобів пересування, які дають змогу виразніше передати картину туристичної дійсності.

Ключові слова: термінологія, терміносистема, запозичення, транскодування, калькування, туристичний термін, туристична термінологія.

Постановка проблеми. Проблеми термінології та її суттєвий вплив на літературну норму зумовлюють дедалі більший інтерес мовознавців та лінгвістів до вивчення особливостей формування термінологічних систем. Опанування лексики та термінології туризму становить інтерес як для фахівців-лінгвістів, так і для спеціалістів, залучених до туристичної сфери, оскільки швидкий розвиток останньої як продуктивної галузі економіки зумовлює більшу диференційованість вимог до належного рівня підготовки працівників цієї сфери. Про-

блематика вивчення туристичної лексики та способів її перекладу ще не досліджена достатньою мірою, оскільки туризм є галуззю, яка постійно поповнюється новими поняттями для номінації явищ, пов'язаних з туристичною індустрією.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Специфіка термінів та загальноприйняті способи їх перекладу завжди посідали чинне місце у лінгвістичних дослідженнях. Раніше над цим питанням працювали такі лінгвісти, як І.В. Арнольд та Д.С. Лотте, а станом натеper вирішення завдань стосовно визначення найбільш оптимальних способів перекладу термінів є об'єктом уваги таких сучасних лінгвістів, як Л.В. Виноградова, Л.П. Крисін та ін. Діахронічний аспект термінології туризму було розглянуто у працях Л.В. Виноградової [1].

Метою роботи є окреслення засобів формування нових термінів та особливостей термінології туризму, аналіз можливих шляхів розвитку та поповнення англійської й української туристичних терміносистем, а також визначення найбільш живаних способів перекладу таких термінів.

Виклад основного матеріалу. Актуальність лінгвістичного вивчення способів та викликів перекладу туристичних термінів зумовлена швидким розвитком туризму як галузі економіки та різносторонньою співпрацею між зарубіжними та вітчизняними фірмами, що надають туристичні послуги. Під час перекладу спеціальних текстів слід приділяти увагу значенням термінів: вони є засобом організації структури тексту та кодування його інформаційного змісту. Своєю чергою вивчення термінології індустрії туризму необхідне як для мовознавців-лінгвістів, так і для власне фахівців цієї сфери, які послуговуються тим самим лінгвістичним інструментарієм для здійснення своєї професійної діяльності.

Нині, навіть незважаючи на пандемію коронавірусу, туризм є однією з найбільш прибуткових сфер економіки. Оскільки термін «туризм» є одним із ключових у цій статті, то доцільно буде визначити це поняття. Однозначно сформулювати цей термін досить складно, оскільки він виконує чималу кількість функцій, тому можна послуговуватися загальноприйнятим визначенням Всесвітньої туристичної організації: туризм – діяльність особи, яка подорожує у вільний час протягом певного періоду за межі постійного місця проживання з іншою, ніж діловою, метою, у відвідуваному місці [2]. Також варто розглядати туризм як джерело ознайомлення індивіда з культурною спадщиною різних народів та національностей. Окрім цього, туризм можна визначити як універсальний інструмент ознайомлення з традиціями та звичаями інших країн або територій та засіб відпочинку. Також варто зазначити, що туризм почали розглядати як наукову сферу в Україні зовсім недавно [3].

Варто враховувати те, що туристична термінологія є інструментом комунікації не тільки серед користувачів подібних

послуг, але й використовується безпосередньо фахівцями, залученими до сфери туризму. Це й пояснює те, що в основі туристичної термінології лежить загальноприйнята літературна норма, яка доповнена термінами [4, с. 61].

Будь-яка терміносистема функціонує в рамках текстів окремої галузі або сфери діяльності. Термінологічна лексика становить значний масив неологізмів, які з'являються у більшості сучасних мов. На поточний момент повністю сформований термінологічний апарат туристичної сфери в українській мові відсутній, що, своєю чергою, зумовило появу тенденції до запозичення англійської лексики для позначення понять. Також зустрічаються запозичення з інших мов, зокрема польської, іспанської та французької. Англійська мова є однією з найпоширеніших мов у світі, тому запозичення з неї носять найбільш інтернаціональний характер. Однак власне англійська туристична термінологія зараз перебуває на етапі наукового осмислення, відбувається її стрімкий розвиток [4].

Термінологічну лексику будь-якої сфери можна умовно поділити на три великі групи, а саме: загальнонаукові, міжгалузеві та вузькоспеціалізовані терміни [5]. Фахова або професійна термінологія швидко поповнюється завдяки стрімкому розвитку туристичної сфери.

Туристична термінологія характеризується наявністю специфічної структури на двох рівнях: концептуальному та мовному. Термін у такому разі виступає не тільки елементом лексики певної мови, але й окремою ланкою у системі науково-понятійного апарату [4, с. 63]. Проте необхідно також встановити суть поняття «термін». За визначенням І.С. Квітко, «термін – це слово чи словесний комплекс, що співвідноситься з поняттям певної організованої галузі пізнання (науки, техніки), що вступають у системні відносини з іншими словами та словесними комплексами і утворюють разом з ними в кожному окремому випадку та в певний час замкнену систему, що характеризується високою інформативністю, однозначністю, точністю та експресивною нейтральністю» [6, с. 21]. Послугуючись дефініцією, запропонованою О.В. Трушиною, визначаємо, чим є туристичний термін. Туристичним терміном прийнято вважати певне слово або словосполучення, які застосовуються для визначення предметів, явищ та понять, що належать до туристичної галузі [7, с. 94].

Окремої уваги заслуговує проблематика сучасного термінознавства. Перш за все, варто виокремити тісний взаємозв'язок терміносистеми туризму з іншими термінологічними системами. Така взаємодія мовних одиниць зумовлює появу нечітких меж терміносистем і розширення семантичних полів, в яких трапляються окремі терміни. Туризм лише зараз почали розглядати як сферу наукового знання, оскільки власне туристична індустрія почала активно розвиватися лише з кінця XIX – початку XX століття [8; 9]. Також варто зазначити, що більшість англійських реалій для позначення явищ туризму не мали відповідників в українській мові до недавнього часу; отже, це затримувало появу науково-дослідницького інтересу до цієї галузі.

Після комплексного аналізу інформації, наведеної у словниках англійської мови, можна дійти висновку, що одними з найбільш продуктивних способів утворення неологізмів є два варіанти деривації: лексична та семантична. Крім вищезазначених, до інших продуктивних засобів творення нових термінів відносять телескопію (складання двох або більше основ декількох

слів) та афіксацію [10]. Крім того, українська та англійська терміносистеми туризму також можуть поповнюватися термінами, які утворені за допомогою вузької спеціалізації значення слова.

У праці «Основи термінотворення: семантичний та соціолінгвістичний аспект» було наведено декілька найбільш популярних шляхів виникнення термінів, а саме:

1. Надання статусу термінів загальноновживаним лексичним одиницям рідної мови.

2. Утворення термінів шляхом запозичення з інших мов.

3. Вживання слів і словотворчих моделей грецької та латинської мов.

4. Запозичення одиниць з інших наукових сфер [11, с. 15].

Найбільш динамічний розвиток термінології туризму відбувся у середині XX століття, причому появу нових реалій було зафіксовано як в англійській, так і в українській мовах. Однак цьому етапу передувало ще декілька, які ознаменували становлення туристичної термінології. Періодизація виглядає таким чином:

1. Прообраз туристичної діяльності (хронологічні межі починаються з епохи античності, але точні роки не визначено – початок XIX століття) – торгівля, паломництво, лікування, освіта виступали основними чинниками міграції та подорожей, що, своєю чергою, зумовило появу туристичних термінів для позначення місць проживання та примітивних засобів пересування (*наприклад, carriage, board, excursion, hotel, resort*).

2. Початок розвитку масового туризму (середина XIX століття) – у цей час відбувається активне збагачення лексико-термінологічного складу мов, з'являються терміни *tourism, tourist* та назви послуг, які пов'язані із перевезеннями, розміщенням та харчуванням (*booking, transit, maitre d'hotel, a la carte, buffet*).

3. Масовий туризм (початок XX століття – кінець Другої світової війни) – інтенсивний розвиток транспортної сфери, туристичних послуг та готельного бізнесу зумовив появу суттєвої кількості нових термінів (*airline, airport, motel, receptionist, room-service*).

4. Масовий диференційований туризм (кінець Другої світової війни – наш час) – цей період характеризується величезною різноманітністю послуг туристичної сфери, що спрямовані на індивідуальні потреби туриста. Цей етап також знайшов своє відображення у термінології туризму (*nostalgic tourism, rural tourism, flotel, honeymoon suite, American plan, last minute tour*) [12; 13].

Для четвертого етапу характерна поява лексичних одиниць для позначення нових видів туристичної індустрії, а також розширення семантичної групи сфери туристичних послуг. У ході аналізу було виокремлено такі семантичні групи:

1. Назви видів туризму та турів (*fertility tourism, health/medical tourism, dental tourism, cosmetic tourism, wellness tourism, birth tourism, tattoo tourism, ecotourism, green tourism, sustainable tourism, soft tourism, nature tourism with a soft touch, egotourism, grief tourism, literary tourism, culinary/food tourism, fashion tourism, agritourism, sports tourism, whale watching, nautical tourism, religious tourism, coastal cruise, hosted tour, conducted tour ma in.*) [14; 15].

2. Назви видів приміщень для розміщення туристів (*presidential suite, beehive-style hotel, boarding house, honeymoon room, superior chalet, serviced, non-serviced accommodation, airport hotel, B&B hotel, commercial hotel, congress hotel, farmhouse, guesthouse, hostel, penthouse, inn, junior suit(e), resort hotel*) [16; 17].

3. Назви видів туристичного інвентаря (*life jacket, holdall, sleeping bag, rucksack*) [17].

4. Назви різних видів транспорту та засобів пересування (*glass-bottomed boat, cruise liner, camper van, jumbo jet, shuttle bus, ski-bus, recreational vehicle (RV), car rental, bareboat charter, camping trailer*) [13; 17].

5. Назви різних видів спорту та розваг (*canyoneering, rafting, scuba diving, cave tubing, ski-pass, skiing, snowboarding, bungee-jumping, mountaineering*) [13; 17].

6. Назви видів їжі та типів харчування (*coffee shop, continental breakfast, pool bar, high class all inclusive, European Plan, Continental Plan, Asian breakfast, brunch, a la carte menu*) [16; 17].

7. Складені за моделями **N + N** та **Adj. + Adj. + N** назви для позначення тарифів за послуги (*cancelation charge, departure tax, complementary ticket, average daily rates, hotel bill, BBB tax (bed, board, beverage tax)*) [16; 17].

8. Назви різних туристичних документів (*health declaration form, hotel voucher, ski pass, accident insurance*) [17].

Під час дослідження було також встановлено, що більшість термінів – це назви, утворені за моделлю **N+N**, для позначення понять туристичної сфери.

Доцільно звернути увагу на проблеми невідповідності швидкості поповнення термінологічного складу української та англійської мов. Терміносистема туризму в українській мові належить до таких, що розвиваються. Водночас англійська туристична термінологія має більший ступінь сформованості. Англійська термінологія туризму послуговується запозиченнями з французької, іспанської, шведської та голландської мов, тоді як українська термінологічна система збагачується здебільшого запозиченнями з англійської мови, хоча інколи трапляються і запозичення з французької мови лексичні одиниці. На думку Л.В. Виноградової, транстермінологізація сприяє поповненню словникового складу обох мов [18; 19].

Безсумнівно, прийнято вважати, що основним завданням перекладача є передача функцій та інформації тексту як найбільш суттєвої одиниці лінгвістичної ієрархії. Відповідно, перекладачеві варто зосереджувати увагу на специфіці актуальної передачі контексту термінологічної лексики сфери туризму. Проведене дослідження дає можливість стверджувати, що одним з найбільш продуктивних джерел збагачення україномовної терміносистеми туризму є запозичення. Використання запозичення може бути зумовлене тим, що на лексичному або когнітивному (концептуальному) рівні такого поняття немає у мові, на яку здійснюється переклад, або з метою заміни більш громіздкого поняття однією лексичною одиницею. На думку Л.П. Крисіна, потреба у позначенні нового поняття та розмежуванні близьких термінів є головними причинами запозичень [20, с. 58]. У зв'язку з вищезазначеним доцільно проаналізувати, яким чином можна перекласти запозичену лексику.

Загалом, можна виокремити чотири способи перекладу запозиченої лексики.

1. Дослівний переклад (або калькування). Цей спосіб передбачає збереження зовнішньої форми запозиченого слова та передачу її внутрішньої форми (назву мовної реалії в основі лексичної одиниці) задля розуміння змісту поняття чи терміна без змін. Прикладами можуть слугувати такі фрази: *guaranteed rooms – гарантовані номери* (ті, які були оплачені до приїзду туриста), *half board – напівпансион, open date ticket – авіакви-*

ток з «відкритою» (нефіксованою) датою подорожі, ecopony class – економ-клас, all inclusive – все включено [13; 17].

2. Транскодування (передача значень термінів за допомогою транскрипції, транслітерації та/або поєднання транскрипції з транслітерацією). Унаочнимо вищезазначене прикладами: *jeep safari* перекладають калькуванням «джип-сафарі», або як *екскурсійну чи мисливську поїзду на позашияховику або автомобілі з кузовом для пасажирів для полювання або спостереження за дикими тваринами*, а *rafting* перекладають як рафтинг (тобто спуск по високогірній річці на човні або плоті). *Shuttle bus* транскрибується як *шаттл-бас*, за аналогією транскрибуються і такі терміни, як *ski pass (ski-nac)*, *travel card (тревелкард)*, хоча цей термін інколи може бути переданий калькуванням «карта для подорожей»), а *snorkeling* передають як *сноркелінг*. *Famtrip*, утворений завдяки телескопії понять «*familiarise*» та «*trip*», перекладають як *фамтпрін*, або рідше як *ознайомчий тур*.

3. Передача значень слів завдяки відносним або абсолютним еквівалентам у мові перекладу. Наприклад, *complimentary ticket* можна перекласти як *безкоштовний проїзд*; а *escorted tour – туристична поїздка із супроводом* [13; 17].

4. Заміна контекстуального значення слова або словосполучення, як, наприклад, у випадку з дієсловом *to downgrade*. У економіці цей термін має таке значення: *to give something a lower grade, value or status*. Однак у термінологічній системі туристичної сфери це поняття має значення *to move to a lower grade or quality of services or accommodations*.

5. «Гібридний» переклад, або використання варваризмів безпосередньо в терміні, що перекладають. Такі терміни під час перекладу можуть повністю або частково зберігати латинське написання. Розглянемо приклади: *VIP service* та *VIP tourism* перекладають українською як *VIP-сервіс* та *VIP-туризм* відповідно. Іншими популярними «гібридами» виступають назви типів номерів та послуг у готелях, які зберігають латинський варіант своїх назв: *lounge-зал, call-центр, wellness-комплекс, номери junior suite, номери corner room, номери presidential suite*. Поширені концепти *room service* та *housekeeping* мають декілька відповідників українською мовою, а саме: *рум сервіс, обслуговування в номерах та прибирання в номері*. Закріплення таких лексичних одиниць у складі мови зумовлене бажанням комунікантів надати дуже поширеним словам більш престижного звучання. Відповідно, це свідчить про майже повну заміну українського слова «обслуговування» аналогом з англійської [17; 21, с. 140]. А термін *housekeeping* українською перекладають як «*поверхова служба*», «*обслуговування номерів*» або «*послуги покоївки*». Варто зазначити, що жодне з вищевказаних понять не сприяє формуванню асоціації з домашнім господарством, що є в англійському варіанті цього терміна [3].

Узагальнюючи проведене дослідження, можна охарактеризувати проблему формування туристичної термінології в українській мові. Україномовна термінологія використовує багато запозичень та калькувань. Навіть за умови наявності відповідників у національному літературному варіанті мови під час перекладу віддають перевагу англійським термінам, а вони, своєю чергою, швидше асимілюються в мові. На нашу думку, доцільно використовувати іншомовні запозичення лише в тих випадках, коли в українській мові не існує реалії для позначення певного терміна. Це допоможе уникнути засмічення мови.

Висновки та перспективи подальших пошуків у такому науковому напрямі. Туристична сфера буде швидко розвиватися й надалі, навіть незважаючи на пандемію. Потреба в оптимізації та подальшому впорядкуванні туристичної термінології буде актуальною, позаяк виникає все більше й більше видів диференційованого туризму. В ході дослідження було встановлено джерела походження туристичних термінів, проаналізовано найбільш продуктивні методи їх утворення, визначено найбільш ефективні методи перекладу термінології сфери туризму. Перспективи подальших досліджень полягають у більш детальному аналізі англійських туристичних термінів та їхніх еквівалентів в українській мові та вивченні шляхів заміни запозиченої лексики власне українською.

Література:

1. Виноградова Л.В. Терминология туризма английского и русского языков в синхронном и диахронном аспектах : диссертация канд. филол. наук. Великий Новгород, 2011. 213 с.
2. World Tourist Organization. Glossary of tourism terms. URL: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms> (дата звернення: 14.12.2021)
3. Ліпінська В.В. Особливості англійської та української терміносистем у галузі міжнародного туризму. *Вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». Серія «Філологія. Педагогіка»*. 2014. Вип. 3. С. 37–43. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vntufil_2014_3_8 (дата звернення: 10.12.2021).
4. Виноградова Л.В. Становление и развитие терминологии туризма в английском и русском языках. *Актуальные проблемы лингвистики и методики преподавания иностранных языков: материалы Всероссийской научно-практической конференции (15 апреля 2010 г.)*. Уфа : РИЦ БашГУ, 2010. С. 61–66.
5. Суперанская А.В. Общая терминология: вопросы теории. Москва : Наука, 1989. 108 с.
6. Квитко И.С. Термин в научном документе. Львов, 1976. 128 с.
7. Трушина Е.В. Теоретические основания когнитивного терминоведения. Перевод и межкультурная коммуникация. Екатеринбург : Изд-во АМБ, 2003. 235 с.
8. Агафонова Л.Г. Туризм, готельний та ресторанный бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання. Київ : Знання України, 2002. 227 с.
9. Кубрякова Е.С. Основы морфологического анализа. Москва : Наука, 1974. 320 с.
10. Зацний Ю.А., Янков А.В. Нова розмовна лексика і фразеологія : Англо-український словник. Вінниця : Нова книга, 2010. 224 с.
11. Д'яков А.С., Кияк Т.Р., Куделько З.Б. Основы терминотворения: Семантический та соціолінгвістичний аспект. Київ : Вид. дім «KM Academia», 2000. 218 с.
12. Белан Э.Т. Формально-структурный анализ терминов международного туризма в английском языке. *Вестник МГОУ. Серия «Лингвистика»*. № 2. Москва, 2007. С. 92–100.
13. Скібіцька О.В. Еквівалентність перекладу англійської термінології у сфері туризму. Збірник наукових праць «Актуальні проблеми філології та перекладознавства». Вип. 3. Хмельницький, 2007. С. 195–198.
14. Англійська для туристичного бізнесу: професії, поезія та незвичайні тури. Сайт *Yarpi.com.ua*. URL: <https://yarpi.com.ua/posts/read/anglijskij-dlya-turisticheskogo-biznesa> (дата звернення: 16.12.2021).
15. Карпова К.С. Шляхи утворення неологізмів у туристичному лексиконі (на матеріалі англійської мови). URL: http://philology.knu.ua/files/library/movni_i_konceptualni/47-1/48.pdf (дата звернення: 29.11.2021).
16. Черноватий Л.М., Карабан В.І., Ковальчук Н.М., Набокова І.Ю., Пчеліна С.Л., Ряхих М.В. Практичний курс англійської мови : підручник для студентів третього курсу вищих закладів освіти (філологічні спеціальності та спеціальність «Переклад»). Вінниця : Нова книга, 2006. 214 с.
17. Англійські терміни сфери туризму та їх переклад. Сайт *book.net*. URL : <http://book.net/index.php?p=achapter&bid=19949&chapter=1> (дата звернення: 15.12.2021).
18. Виноградова Л.В. Термины туризма в русском и английском языках: понятийная система. *Международный аспирантский вестник*, № 1. 2010. С. 4–8.
19. Большой глоссарий терминов международного туризма / под ред. М.Б. Биржакова, В.И. Никифорова. Санкт-Петербург : Изд. дом «Герда», 2002. 704 с.
20. Крысин Л.П. Лексические заимствования и калькирование в русском языке последних десятилетий. *Вопросы языкознания*, № 6. 2002. С. 52–61.
21. Маршалл Н. Лексические инновации в сфере туристической рекламы. *Язык, коммуникация и социальная среда*. Вып. 2. 2002. С. 137–142.

Shmidt D. Methods of translation of English tourism terms in Ukrainian

Summary. The article focuses on the study of terminology in the field of English tourism. The scientific article is devoted to the consideration of key aspects of the problem of English tourist terminology and ways of their translation into Ukrainian. The influence and importance of tourist terms into Ukrainian and ways to use them are revealed. The tourist terminology and its characteristics are considered within the framework of services of tourism. The article presents the main challenges of modern terminology, the periodization of the development of the term “tourism” is established, which is divided into four periods: 1) the prototype of tourism activity; 2) the beginning of the development of mass tourism; 3) mass tourism; 4) mass differentiated tourism. The classification of tourist terms and their equivalents in the Ukrainian vocabulary, and also considers ways to translate English tourist terms into Ukrainian. Tourist terminology consists of two levels – linguistic and conceptual, covering general scientific, inter-sectoral, and highly specialized terms. During the research, it was found that borrowing is the most productive source of replenishment of the Ukrainian speech stock of tourist terms. Basic methods of translating borrowed tourist vocabulary: 1) test translation; 2) transcoding; 3) transferring values of words due to relative or absolute equivalents; 4) replacing the contextual meaning of a word or phrase; 5) hybrid translation. We reviewed ways to create most tourist names that are formed by model N + N to refer to the concepts of the tourism. The methods of translation of borrowed vocabulary are established, due to the high level of formation of English-language tourist terminology. In addition, the study analyzes the role of borrowing and tracing in the formation of an integrated terminology of tourism as a social phenomenon in Ukrainian. We have outlined semantic groups of types of tourism, tourist premises, tourist inventory and movement tools that make it possible to more a picture of tourist reality.

Key words: terminology, terminological system, borrowing, transcoding, loan translation, tourism term, tourism terminology.