

**Київський національний торговельно-економічний
університет**

В.В. Прима

**ТУРИСТИЧНА ТЕРМІНОЛОГІЯ:
СЕМАНТИКА І ФУНКЦІОНУВАННЯ**

Монографія

Київ 2018

**Розповсюдження і тиражування без офіційного дозволу
КНТЕУ заборонено**

УДК 811.111'37:621

П 76

Автор: В.В. Прима, канд. філол. наук, доц.

Рецензенти: І.М. Колегаєва, д-р філол. наук, проф., зав. кафедри лексикології і стилістики англійської мови Одеського національного університету імені І.І. Мечникова;
С.М. Щербина, канд. філол. наук, доц. кафедри англійської філології факультету іноземної філології Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова;
О.М. Циганок, д-р філол. наук, доц., проф. кафедри іноземної філології та перекладу Київського національного торговельно-економічного університету.

*Рекомендовано до друку вченою радою Київського національного
торговельно-економічного університету
(протокол № 18 від 28.04.2017)*

Прима В.В.

П 76 Туристична термінологія : семантика і функціонування :
монографія / В.В. Прима. – Київ : Київ. нац. торг.-екон.
ун-т, 2018. – 124 с.

ISBN 978-966-629-872-3

DOI: 10.31617/m.knute.2018-448

Монографія присвячена вивченню англомовної туристичної лексики на матеріалі англомовних туристичних путівників по Україні, в тому числі комплексному дослідженню семантичних і функціональних особливостей англомовної туристичної термінології. Викладено основні підходи до визначення та вивчення термінологічної лексики. Проаналізовано польову структуру термінологічного поля «туризм» і лексико-семантичні відношення між його конститuentами. Визначено рівень представленості туристичної термінології в англомовних тлумачних та енциклопедичних словниках. Розглянуто словотвірні параметри англомовних туристичних термінів. Окреслено характерні риси путівників як жанрового різновиду туристичного дискурсу та з'ясовано особливості функціонування в них туристичної термінології.

Для мовознавців – наукових працівників, викладачів, аспірантів, студентів і всіх, хто цікавиться вивченням англійської мови.

УДК 811.111'37:621

ISBN 978-966-629-872-3

© Прима В.В., 2018

© Київський національний торговельно-
економічний університет, 2018

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. СЕМАНТИЧНИЙ СПЕКТР АНГЛОМОВНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ	8
1.1. Сучасні дослідження термінології.....	8
1.2. Дослідження англомовної туристичної термінології.....	14
1.3. Термінологічне поле «туризм» в англійській мові.....	25
1.4. Туристична термінологія у тлумачних словниках англійської мови.....	29
1.5. Лексико-семантичні відношення в англомовній термінології туризму.....	51
РОЗДІЛ 2. ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ СПЕКТР АНГЛОМОВНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ	61
2.1. Загальна характеристика вибірки.....	61
2.2. Особливості функціонування англомовної туристичної термінології у путівниках по Україні.....	77
2.2.1. Мікрополе «організація туризму».....	77
2.2.2. Мікрополе «організація проживання».....	80
2.2.3. Мікрополе «організація перевезення».....	82
2.2.4. Мікрополе «організація харчування».....	85
2.2.5. Мікрополе «організація дозвілля».....	87
ВИСНОВКИ	90
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	98

ВСТУП

Одним із основних завдань сучасної лінгвістики є стратифікація словникового масиву певної мови за різними параметрами, зокрема, за сферою вживання тієї чи іншої лексичної одиниці [163, 280]. Традиційно типами функціональних стилів є офіційно-діловий, публіцистичний, науковий, художній [там саме]. Для наукової літератури характерна стислість викладу матеріалу і чіткість формулювань. Однією з головних відмінностей як наукової, так і технічної літератури від художньої є значна насиченість тексту спеціальними термінами, які часто відсутні не тільки у звичайних, а й у термінологічних словниках. Завдяки розширенню меж людських знань і науково-технічному прогресу росте потреба в нових визначеннях вже освоєних понять, а також для понять у нових галузях науки та техніки, і відповідно розширюється словниковий склад у значній мірі за рахунок нових термінів [176].

Сучасний етап розвитку лінгвістичної науки характеризується поглибленою зацікавленістю до вивчення підмов, які обслуговують різноманітні сфери професійної діяльності людини. На сьогодні існують численні дослідження як загальнотеоретичних питань термінознавства (О.С. Ахманова, Г.Й. Винокур, В.П. Даниленко, Т.Р. Кияк, В.М. Лейчик, Д.С. Лотте, О.О. Реформатський, О.В. Суперанська, Ф.А. Циткіна) [20, 42, 65, 99, 115, 121, 160, 174, 198], так і окремих терміносистем, зокрема, медичної (Ю.В. Віт, І.Ф. Стоянова [43, 172]), технічної (О.А. Литвинко, Г.Б. Фогель, О.І. Южакова [206]), спортивної (С.С. Богуславський [30]), юридичної (Я.Ю. Манжос [123]) та ін.

Водночас недостатньо дослідженими залишаються терміносистеми відносно нових галузей діяльності людини, серед яких і туристична, що почала формуватися як індустрія

лише на початку ХХ століття, а в Україні з'явилася лише в 90-х роках [1, 6]. Так, англomовна туристична термінологія є об'єктом дослідження лише в компаративному (Е.Т. Белан [23]) та в діахронічному аспектах (Л.В. Виноградова [41]).

Актуальність дослідження, отже, зумовлюється насамперед відсутністю розвідок семантичних і функціональних особливостей англomовної термінології туризму у вітчизняній лінгвістиці. Релевантність роботи визначається також вибором англomовних путівників по Україні як її фактичного матеріалу, що уможлиблює розгляд не лише функціональних, а й соціокультурних особливостей аналізованих термінологічних одиниць, які розкривають ставлення англomовного соціуму до України, її матеріальних та культурних реалій через призму туристичних послуг. Актуальність роботи увиразнюється її належністю до кола термінологічних досліджень, здійснених із залученням комплексної методики аналізу, що дає змогу всебічно вивчити обрану термінологічну систему.

Мета монографії полягає в комплексному аналізі семантичних, структурних, морфологічних і функціональних особливостей англomовної туристичної термінології.

Поставлена мета передбачала необхідність вирішення таких завдань:

- висвітлити основні напрями й проблематику лінгвістичних досліджень із термінознавства в сучасній науковій літературі;
- розглянути тематичну структуру англomовної туристичної термінології;
- виявити семантичні особливості англomовних термінів туризму та визначити рівень їхньої представленості в загальних тлумачних словниках і спеціалізованих енциклопедіях;
- схарактеризувати морфологічні параметри англomовної туристичної термінології;
- встановити лексико-семантичні відношення між англomовними термінами туризму;

- описати функціональний та соціокультурний аспекти вжитку англомовних термінів у туристичних путівниках по Україні.

Об'єктом дослідження є англомовні терміни сфери туризму.

Предметом дослідження є семантичні, структурні, словотвірні та функціональні особливості англомовної туристичної термінології.

Матеріалом дослідження слугували близько 2000 англомовних термінологічних одиниць, отриманих методом суцільної вибірки з 4 спеціалізованих енциклопедій туристичних термінів, 5 тлумачних словників англійської мови та близько 1000 слововживань, зафіксованих на матеріалі 6 електронних британських та американських путівників по Україні.

Зазначені мета й завдання зумовили використання комплексної **методики** дослідження із залученням загальних наукових методів (*аналіз, синтез, класифікація, опис*) та спеціальних лінгвістичних методів (*компонентний аналіз, метою якого було встановлення структури значення досліджуваних термінологічних одиниць як певним чином організованої сукупності елементарних змістових одиниць – сем; дефініційний аналіз, використаний для аналізу словникових визначень англомовних туристичних термінів; метод польового моделювання, який уможливив розгляд структури англомовної терміносистеми туризму; контекстуально-інтерпретаційний аналіз, що слугував засобом тлумачення функціонування аналізованих термінологічних одиниць у мовленні*). Також було використано *кількісний аналіз*, застосування якого дало змогу визначити тенденції вжитку туристичних термінів у досліджених путівниках.

Наукова новизна роботи полягає в тому, що вперше проведено комплексний аналіз семантичних, морфологічних і структурних параметрів англомовної туристичної термінології; розглянуто тематичну структуру терміносистеми «туризм» і проаналізовано лексико-

Вступ

семантичні відношення між її конститuentами; виявлено та описано функціональні та соціокультурні аспекти вжитку англомовних термінів у туристичних путівниках по Україні; набуло подальшого розвитку вивчення терміносистем у цілому.

Теоретичне значення роботи полягає в тому, що її результати становлять певний внесок у подальший розвиток термінознавства, поглиблюють знання про галузеву терміносистему, доповнюють положення щодо системної організації англомовної туристичної термінології та її функціональних і соціокультурних аспектів.

Практичне значення роботи визначається можливістю використання її положень і висновків у викладанні курсів лексикології англійської мови (розділи «Лексична семантика», «Словотвір», «Словниковий склад мови») та стилістики англійської мови (розділ «Функціональні стилі»), спецкурсів з термінознавства, у практиці викладання англійської мови для студентів економічних спеціальностей, а також під час написання кваліфікаційних робіт студентів.

Дослідження складається зі вступу, двох розділів, загальних висновків та списку використаних джерел.

Автор щиро дякує рецензентам роботи професору О.М. Циганок та доценту Л.В. Строченко за слушні зауваження та творчі пропозиції.

РОЗДІЛ 1

СЕМАНТИЧНИЙ СПЕКТР АНГЛОМОВНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ

1.1. Сучасні дослідження термінології

На сьогодні існують численні дослідження як загальнотеоретичних питань термінознавства (О.С. Ахманова, С.Г. Бархударов, Г.Й. Винокур, В.П. Даниленко, Т.Р. Кияк, В.М. Лейчик, Д.С. Лотте, О.О. Реформатський, Л.О. Симоненко, О.В. Суперанська, Ф.А. Циткіна), так і окремих терміносистем, зокрема, медичної (Ю.В. Віт, С.В. Вострова, І.Ф. Стоянова), технічної (О.А. Литвинко, Г.Б. Фогель, О.І. Южакова), спортивної (С.С. Богуславський), економічної (О.І. Дуда, О.В. Подвойська), філософської (І.В. Середюк), юридичної (Я.Ю. Манжос), педагогічної (Н.О. Стефанова) та ін. [20, 42, 65, 99, 115, 120–121, 160, 172, 174, 193, 198, 206].

Системно-структурний підхід до розгляду мови взагалі та її лексичної підсистеми зокрема зумовив появу цілої низки галузей лінгвістичних досліджень, однією з яких є термінознавство (або ж термінологія). Хоч зазначені терміни є синонімами, для більшої коректності викладу у нашій роботі під *термінознавством* розуміємо розділ лексикології, що вивчає терміносистеми мови, а під *термінологією* – систему слів і сполук, що позначають коло понять спеціальної сфери спілкування у науці, виробництві, техніці, мистецтві тощо.

З питань визначення терміна, вимог, пропонованих до цього, існують різні, часто неоднозначні точки зору. Це можна пояснити тим, що з одного боку, ще недостатньо розроблені теоретичні основи термінознавства, не диференційовані його основні поняття. З іншого боку, ті різноманітні визначення,

Розділ 1. Семантичний спектр англомовної туристичної термінології

що наразі існують у лінгвістичній літературі, не завжди і не повною мірою відображають суть означеного явища (В.Д. Табанакова).

Під терміном розуміємо слово чи сполуку, що позначає поняття спеціальної сфери спілкування в науці, виробництві, техніці, мистецтві, в конкретній галузі знань чи людської діяльності. Головними вимогами до термінів є системність, наявність класифікаційної дефініції, прагнення до моносемічності й конкретизації в межах терміносистеми та до прозорості внутрішньої форми; жорстка конвенційність; стилістична нейтральність; залучення до системи понять певної галузі; відповідність нормам мови, що запобігає появі професійних жаргонізмів; точність і короткість; дериваційна здатність; інваріантність як відсутність варіантів і синонімів; висока інформативність.

Як показує проведений аналіз теоретичних і практичних аспектів дослідження термінології у працях сучасних вітчизняних лінгвістів, найбільш поширеною тенденцією є об'єднання двох аспектів, а саме – функціонального та системного – для повного висвітлення особливостей тієї чи іншої терміносистеми. Серед основних завдань, які вирішуються у даних дослідженнях, відзначимо, зокрема, розробку комплексної моделі аналізу термінів для застосування в лексикографічній практиці; вивчення структурних, семантичних і словотвірних особливостей термінів; аналіз системних відношень усередині терміносистеми; систематизація окремих груп термінів за семантичною ознакою; встановлення способів виникнення, мотивації й періодизації виникнення термінологічної лексики; вивчення функціональних характеристик цих одиниць; виявлення зв'язку змістовних і функціональних параметрів термінів; характеристика процесів детермінологізації всередині системи; розробка тезауруса термінології певної сфери діяльності людини (О.А. Литвинко, Я.Ю. Манжос, О.В. Подвойська, І.Ф. Стоянова, Г.Б. Фогель [120, 123, 193, 206]).

Поряд із вказаним підходом до розгляду термінології відзначимо й спроби аналізу певних терміносистем в рамках

когнітивної наукової парадигми. Так, наприклад, застосовуються методи фреймової семантики до моделювання термінологічної лексики та представлення того чи іншого галузевого апарату у вигляді фрейму, який має розгалужену ієрархічно організовану структуру, яка складається із гіперфрейма, субфрейма і т.д. (Ю.В. Віт [43]). Подібний підхід, на наш погляд, у значній мірі ґрунтується на традиційних методах лінгвістичної семантики та гіперо-гіпонімічних відношеннях усередині досліджуваних терміносистем.

Для цих розвідок спільною науковою методологічною основою є антропоцентричний принцип, згідно з яким визначальну роль у мові відіграє фактор суб'єкта, а зміст і функція мовного знаку трактується з опорою на пізнавальну та комунікативну діяльність людини (О.С. Кубрякова [111]).

Серед методів дослідження найбільш поширеними є: компонентний аналіз, дефініційний аналіз, польове моделювання (для визначення особливостей семантичної організації досліджуваних груп термінів), контекстуально-інтерпретаційний метод, аналіз дискурсу, кількісний метод (для вивчення функціональних особливостей термінів), етимологічний, діяхронічний та когнітивно-ономасіологічний види аналізу (для виявлення внутрішньої форми термінів і висвітлення історії галузевої лексики).

Будь-який термін знаходиться в певній залежності від інших і вступає з ними у системні відносини. Отже, аналізу повинна піддаватися уся сукупність термінів певної сфери професійної діяльності людини. Для позначення цієї сукупності термінів дослідники звертаються до таких понять, як «термінологія», «терміносистема» і «термінополе», причому єдиної думки про ці терміни досі не існує. Багато авторів робіт по загальному термінознавству називають сукупність термінів – термінологією. Так, О.С. Ахманова під термінологією розуміє «сукупність термінів цієї галузі виробництва, діяльності, знання, твірної особливий сектор (пласт) лексики, що найлегше піддається свідомому регулюванню і впорядкуванню» [20, 474]. Схоже визначення

Розділ 1. Семантичний спектр англомовної туристичної термінології

наводиться і в роботі «Термінознавчі проблеми редагування»: «Термінологія – це сукупність термінів, що виражають історично поняття будь-якої галузі науки або техніки, що сформувалися, взагалі спеціальної сфери людських знань або діяльності» [17, 97].

Друга група дослідників наголошує про сукупність термінів не як про термінологію, а як про терміносистему: «терміносистема – це сукупності термінів, що формують взаємозв'язані і взаємообумовлені частини, що утворюють єдине ціле, в якому ключові позиції займають базисні терміни» [13, 191]; «терміносистема – це сукупність термінів, що забезпечують номінацію основних понять певної галузі знань і сфери діяльності, пов'язаних між собою логічними, семантичними й іншими стосунками» [27, 77].

З приведеними думками не можна не погодитися. Будь-який термін може функціонувати тільки в межах системи, оскільки він є невід'ємним елементом системи понять і займає в ній певне місце. Більше того, усі терміни системи в сукупності мають строгу структурну організацію, і, говорячи про терміносистемі, ми в першу чергу маємо на увазі, що термінологія системна. Повертаючись до приведених вище дефініцій, можна помітити, що наповнюваність визначень «термінологія» і «терміносистема» багато в чому схожа: головна ознака, покладена в їх основу, – це понятійна і смислова системність. Внаслідок цього в термінознавчих дослідженнях ці два терміни вживаються в якості синонімів.

Так, Р.Ю. Кобрін [103] вказує, що розрізняти термінологію як сукупність термінів і терміносистему як впорядковану, кодифікуючу термінологію можна лише умовно, і пропонує використати ці терміни як синоніми.

Протилежної точки зору дотримується В.М. Лейчик. На його думку, основна відмінність термінології від терміносистеми полягає в тому, що термінології складаються, а терміносистеми конструюються, при цьому основними одиницями термінології слід вважати передтерміни (або терміноїди), а терміносистеми – це власне терміни [115].

На нашу думку, така точка зору є хибною, оскільки випадкового скупчення термінів не може бути ні в одній сфері професійної діяльності людини. Будь-яка сукупність термінів, навіть якщо вона складається, а не конструюється, пов'язана системно і має свою структуру. Терміни групуються не у випадковому порядку, а виходячи з системності науки, знання, які вони обслуговують.

Таким чином, ми схильні наслідувати точку зору Р.Ю. Кобріна і допускаємо можливість використання термінів «термінологія» і «терміносистема» в якості синонімів, проте в силу головної властивості системності віддаємо перевагу «терміносистемі».

Третя група авторів, говорячи про сукупність термінів, звертається до терміна «термінологічне поле» (термінополе), який є спорідненим поняттям семантичного поля: «семантичне поле – це сукупність слів і виразів, що становлять тематичний ряд» [20, 334].

Проте, на відміну від звичайного семантичного поля, в термінологічне поле входить не загальна, а спеціальна лексика, співвіднесена зі спеціальними поняттями.

У своїх працях А.А. Реформатський вказував, що «у кожного терміна є своє поле (Feld поле для терміна – це ця термінологія, поза якою слово втрачає свою характеристику терміна» [117, 160].

Розвиваючи цю думку, А.А. Реформатський особливу увагу приділив розгляду терміна «мова» в мовознавстві, філології, психології, медицині та дійшов висновку, що в різних дисциплінах цей термін входить в різні термінологічні поля і ними визначається. Такий висновок дозволив О.В. Суперанській зазначити, що «термінополе – область існування його [терміна] як терміна» [176].

У працях інших дослідників (А.Д. Хаютін, В.П. Даниленко, Т.Л. Канделаки) також відзначається, що терміни однієї тематичної групи об'єднуються в термінополе, що має свою специфіку, а саме: ієрархічні логічні зв'язки між термінами

Розділ 1. Семантичний спектр англомовної туристичної термінології

відповідно до певного синхронного стану цієї області знання. Проте тут виникає питання, як поняття «терміносистема» і «термінополе» співвідносяться один з одним [65, 85, 86, 87, 166, 195].

Деякі автори вважають, що терміносистема – це елемент термінополя, зокрема, ядро термінополя, заповнене взаємопов'язаними і взаємообумовленими термінами [165].

Дослідження термінів економіки призводять до висновку, що терміносистема виступає основним елементом економічного термінополя, тобто є частиною системи [130].

Однак з такою точкою зору важко погодитися. Як справедливо відмічає О.В. Суперанская, поле – це предметна область, з якою співвіднесений термін як спеціальне поняття; система для терміна – лінгвістична впорядкованість спеціальних слів, обслуговуючих певне термінополе [116, 175]. Отже, говорити про те, що терміносистема – лише елемент термінополя, можна лише умовно.

На наш погляд, обидва досліджувані поняття рівно важливі для функціонування терміна, і ми більше схильні погодитися з тим, що «термінополе – це системне утворення *плану змісту*, якому в *плані вираження* відповідає терміносистема» [30, 131].

Таким чином, термінологічне поле створює умови для формування, функціонування та модифікування терміносистеми.

Підсумовуючи отримані результати, зазначимо, що проведений аналіз теоретичних і практичних аспектів дослідження термінології в роботах сучасних вітчизняних лінгвістів уможливив виявлення загальної тенденції до комплексного розгляду термінологічної лексики в семантичному, структурному, словотвірному та функціональному аспектах. Саме такий алгоритм дослідження застосовано і в нашій роботі.

Отже розглянемо попередні доробки лінгвістів стосовно туристичної термінології в англійській мові.

1.2. Дослідження англомовної туристичної термінології

Перш ніж розпочати дослідження мови сфери туризму, необхідно в загальних рисах зупинитися на сутності цієї сфери людської діяльності. Туризм відноситься до важливих економічних і соціальних явищ сучасного суспільства. Це третя за темпами розвитку галузь у світі (після нафтовидобувної і автомобільної). За даним Всесвітньої туристичної організації (ЮН ВТО), протягом 1996–2010 рр. об'єм міжнародного туризму збільшився на 40%. Для багатьох країн туризм є найважливішим, а іноді єдиним джерелом доходів [1].

Визначити термін «туризм» коротко і в той же час повністю через велику кількість виконуваних ним функцій та значної чисельності проявів, досить складно. Загальноприйняте визначення ЮН ВТО: *туризм – діяльність особи, яка подорожує в свій вільний час протягом певного періоду за межі постійного місця проживання з іншою, ніж діловою метою у відвідуваному місці.*

У результаті туристичної діяльності відбувається міжмовний контакт, що слугує, в свою чергу, джерелом запозичень нових лексичних одиниць, оскільки виникає потреба називати нові явища.

Можна виділити такі види туризму.

Екскурсійний туризм – подорож у пізнавальних цілях. Це одна з найбільш розповсюджених форм туризму.

Рекреаційний туризм – подорож для відпочинку і лікування. Цей вид туризму є дуже розповсюдженим в усьому світі. У деяких країнах він виділяється в самостійну галузь економіки і функціонує паралельно з іншими видами туризму.

Діловий туризм – поїздки, зв'язані з виконанням професійних обов'язків. У зв'язку з загальною інтеграцією і встановленням ділових контактів діловий туризм щорічно здобуває усе більшого значення. Поїздки відбуваються з метою

Розділ 1. Семантичний спектр англомовної туристичної термінології

відвідування об'єктів, що належать фірмі чи представляють для неї особливий інтерес; для проведення переговорів, для пошуку додаткових каналів постачання чи збуту тощо. Звертання до туристичних фірм у всіх подібних випадках дозволяє організувати поїздки з найменшими витратами, заощаджуючи час. Крім того, до сфери ділового туризму відноситься організація різних конференцій, семінарів, симпозіумів і т.д. У таких випадках великого значення набувають спорудження при готельних комплексах спеціальних залів, установка устаткування для зв'язку та інші необхідні речі.

Етнічний туризм – поїздки для зустрічі з родичами. Туристські агенції допомагають з оформленням транспортних квитків, закордонних паспортів, віз тощо.

Спортивний туризм – поїздки для участі в спортивних заходах. До послуг туристських фірм звертаються у цьому випадку як керівники спортивних команд, організатори змагань, так і болільники і просто бажаючі бути присутніми на змаганні.

Цільовий туризм являє собою поїздки на різні масові заходи.

Релігійний туризм – подорож, що має метою виконання будь-яких релігійних процедур, місій.

Караванінг – подорож у невеликих мобільних будиночках на колесах.

Пригодницький (екстремальний) туризм – туризм, пов'язаний з фізичними навантаженнями, а іноді з небезпекою для життя.

Водний туризм – поїздки на теплоході, яхті й інших річкових і морських суднах по річках, каналах, озерах, морях. Географічно і за часом цей туризм дуже різноманітний: від годинних і одноденних маршрутів до багатотижневих круїзів по морях і океанах. Усі ці види туризму найчастіше тісно переплітаються між собою, і їх важко виділити в чистому вигляді.

Слово *tourist* з'явилося в англійській мові на початку XIX століття й у перекладі з англійської означає: той, хто здійснює поїздки заради власного задоволення чи розширення культурного кругозору. За визначенням ООН турист – це особа, що перебуває в даній місцевості терміном більш ніж на одну ніч і менш ніж на рік.

Туризм – це явище динамічне, що розвивається, орієнтоване на споживача.

Всесвітня рада з туризму і подорожей вказала на такі характеристики сучасного туризму – це найбільша індустрія світу, що має приблизно \$ 3,5 трлн обортового капіталу і включає в себе такі компоненти:

- подорожі (круїзи, автобуси, літаки, автомобілі, залізниці);
- проживання (готелі і мотелі, конференції, виставки, зустрічі);
- харчування (ресторани, кафе, бари);
- відпочинок і дозвілля (ігри, парки, розваги, атракціони).

Туризм – це екскурсії, походи і подорожі, в яких відпочинок поєднується з пізнавальними і освітніми цілями. За призначенням і формами проведення туризм поділяється на плановий (екскурсний) і самодіяльний.

За плановим туризмом учасники подорожують на автобусах, літаках, теплоходах, у поїздах завчасно намічених маршрутах, зупиняються в готелях або на турбазах, де їм надається ночівля, харчування і екскурсивод.

У самодіяльному туризмі подорож ґрунтується повністю або частково на самообслуговуванні. Туристи самі намічають маршрути і спосіб пересування, забезпечують собі харчування, нічліг і місце відпочинку, обирають місця для екскурсій.

У даний час туризм класифікується:

- за цілями: маршрутно-пізнавальний; спортивно-оздоровчий; самодіяльний, у тому числі з активними способами пересування; діловий і конгрес-туризм; курортний, лікувальний; гірськокожний; фестивальний; мисливський; екологічний; шоп-туризм; релігійний; навчальний тощо;

Розділ 1. Семантичний спектр англомовної туристичної термінології

- за ступенем мобільності: пересувний, стаціонарний, змішаний;
- за формою участі: індивідуальний, груповий, сімейний;
- за віком: зрілий, молодіжний, дитячий, змішаний;
- за тривалістю: одноденний, багатоденний, транзитний;
- за використанням транспортних засобів: автомобільний, залізничний, авіаційний, водяний, велосипедний, кінний, комбінований;
- за сезонністю: активний туристський сезон, міжсезон (напівсезон), не сезон;
- за географією: міжконтинентальний, міжнародний (міжрегіональний), регіональний, місцевий, прикордонний;
- за способом пересування: пішохідний, з використанням традиційних транспортних засобів, з використанням екзотичних видів транспорту (канатна дорога, фунікулер, дирижабль, повітряна куля, дельтаплан).

Разом з тим розвивається і культурна сфера життя. Зокрема, надзвичайну популярність набуває нові види туризму.

Поняття «космічного туризму» (*space tourism*) започаткувало і поняття «космічного туриста» – *space tourist*. Словосполучення *space tourist* набуло популярності через подорож першого космічного туриста – американського бізнесмена Д. Тіто на космічному кораблі. Іншою, узагальненішою назвою пасажира космічного корабля є словосполучення *spaceflight participant*. Для таких туристів уже створюють і спеціальні космічні кораблі (*space tourist vehicle*): *NASA and its International Space Station (ISS) partners have finally agreed the rules governing who can fly to the outpost as space tourist*.

У США від 2002 року стають популярними лицарські двобої на спеціальних велосипедах, перетворених на «бойових коней». Такі велосипеди називають «велосипедами-мутантами» (*mutant bike*), дуелянти – «велосипедистами-

мутантами» (*mutant bikers*), а поєдинки позначаються неологізмом *bike-jousting*. Рух «буйкерів-мутантів» позначає словосполучення *mutant bike movement: Bike jousting is not just another extreme sport. While these self-described mutant bikers are a breed apart, they share a common cause with more mainstream cycling group.*

Існує декілька екстремальних видів лижного спорту (*extreme skiing*): «сніговий серфінг» (*snowserfing*, тобто спуск на одній спеціальній лижі); санний спорт – швидкий спуск із крутих гір на санках на колесах (*street luge*); гра із пластиковим м'ячем між двома командами лижників на схилах гір (*ski football*). Аматори лижного спорту можуть тренуватися і влітку на спортивному «снаряді», який позначають словом *mountainboard*, він є засобом пересування, що поєднує риси скейтборда і моторолера. Спорт із застосуванням такого снаряда одержав назву *mountainboarding*:

To try mountainboarding, another of the activities on offer at the weekend, I travelled to Cheltenham to meet Pete Tatham, a partner in No Sno, a leading mountain-board company.

Швидкий спуск на санках на колесах (*luge, street luge*) спричинив відродження цього екстремального виду гірського спорту. Через 54 роки, на зимовій олімпіаді 2002 року, він був знову включений в олімпійські змагання і саме тому, як відзначають журналісти, що він є дуже небезпечним. Такий спорт зветься *skeleton*. Його іменують також «скаженим кузеном спорту» (*luge*). Суть його полягає в тому, що спортсмен лежить на металевих санках вагою 20 кг. І мчить зі швидкістю 110 км на годину з гори: *The sport of skeleton which returns to the winter Olympics this month after a 54-year absence, is the crazy cousin of luge. Instead of reclining on a sled like Barcalounger, you go headfirst, kamikaze style.* Створено й інші відповідні школи навчання цього екстремального виду спорту – *skeleton school: Most of the hut are students at Lake Placid.*

Розділ 1. Семантичний спектр англомовної туристичної термінології

Нове словосполучення *extreme life* відображає загальне поняття «життя, що існує в екстремальних умовах»: *Scientist plumbing the budding, black depths of a geothermal hot spring in Idaho have discovered a unique community of microbes that thrive without sunlight or oxygen... In light of the findings, researchers said should not longer be whether extreme life exists on Mars and elsewhere. «Rather, did life originate there, or was it transplanted from Earth?» Said University of Colorado planetary scientist Bruce Jakosky.*

Популярність поняття «екстремальність» зумовлює його екстрапопуляцію на інші сфери повсякденного життя. Поняття «екстремальне прасування» разом із словосполученням *extreme ironing* виникло наприкінці 90-х років ХХ століття, коли в деяких країнах стало модним прасувати білизну між заняттям екстремальним спортом. В останні роки це явище поширилось у США. Подібний «спорт» одержав назву *sport of spot*, а його шанувальників почали позначати неологізмами *extreme ironers, extreme ironist, ironists*:

Now, countless handkerchiefs and pillow cases later, and after stretching to the corner of South Africa, Japan, Croatia and Chile, extreme ironing is coming to the United States, hopping to appeal to the spin-cycle superhero, the wash-and-wear wonder woman in all of us.

Як свідчать наведені приклади, ключові одиниці сфери туризму (*tourism, tourist*) продовжують, як і в попередні роки, активно брати участь у процесі утворення інновацій, вступаючи в синтагматичні зв'язки. Крім описаних раніше неологізмів, можна відзначити такі словосполучення, як *intellectual tourism, intellectual tourist*, що виникли відповідно для позначення культурно-освітнього туризму і його учасника:

While educational and cultural organizations in the United States have led the way in what is being coined intellectual tourism, Britain appears to be catching up fast.

Неологізм *sustainable tourism* створено за аналогією до словосполучень *sustainable development*. Він позначає туризм,

метою якого є контроль за діями людей для запобігання нанесення шкоди навколишньому середовищу, а також допомога рослинному і тваринному світу (наприклад, порятунок черепах, дельфінів, квітів, які опинилися в біді):

*There is a growing understanding that **sustainable tourism** isn't just about saving turtles, or monitoring how often hotels wash their sheets.*

Можна також зазначити, що в попередні роки для позначення туризму, що не завдає шкоди природі, а навпаки, спрямованого на надання їй допомоги, виникло слово *ecotourism*. З ним пов'язано і кілька похідних неологізмів, наприклад, словосполучення *ecotourism casino*:

*In the Philippines, Malaysian businessmen are already promoting an «**ecotourism casino**».*

Популярним видом туризму останнього часу стає відвідування трагічних подій, стихійних лих із метою «співчуття жертвам» – *grief tourism*. Подібний вид туризму набув поширення наприкінці 90-х років ХХ століття – після трагічної загибелі принцеси Діани і паломництва до місця трагедії. З'явилося відповідно і позначення учасника таких поїздок – *grief tourist*.

*The commentator, Francis Wheen, has labeled the frenzied pilgrims that trekked to Soham the «**grief tourists**».*

Із «туризмом співчуття» пов'язано ще кілька неологізмів, насамперед синонімічні позначення таких подорожей (*dark tourism, grief-life, recreational grief, mourning sickness*).

З явищем існування життя в екстремальних умовах пов'язано і створення неологізму *extremophile* для позначення організму, для якого екстремальні умови є цілком природнім середовищем:

Those who think there could be life elsewhere in the solar system talk of the possibility of the bacteria buried in the Martian icecaps, or under the icy scrusts of Jupiter's moons Europe or Calisto. One problem with such theories is that these are extremely hostile environments with pressures much higher than normal.

Розділ 1. Семантичний спектр англомовної туристичної термінології

*Similar high-pressure zones on Earth – under the Antarctic ice, for instance – are suitable only for specially adopted organisms known as **extremophiles**.*

Хоча дотепер найпопулярнішим видом туризму можна вважати пляжний туризм, як його називають, «туризм моря і сонця» (sun-and-sea tourism), щоразу більша кількість людей вибирає інші види відпочинку. Набуло поширення поняття «мультиспортивна відпустка» (*multisport vocation*), коли відпочивальники (*multisporters*) присвячують свою відпустку заняттю різними видами спорту (особливо екстремальними) водночас для випробування «межі своїх можливостей»:

*She was just embarking on a **multisport vocation**, the latest adventure-travel trend. In fact, **multisporters** tend to push themselves.*

Поширюється рух за проведення відпустки з усією родиною, з друзями, який позначають неологізмом *togethering*:

*Those served plan to take more vacation time at home this year as there continues to be an emphasis on family after the terrorist attacks on September 11, 2001, Yesawich said. Eight in ten respondents said they planned to vacation with extended family or friends, a trend called «**togethering**» that is on the increase, he said.*

Незважаючи на прагнення багатьох, особливо молодих, громадян розвинутих країн до «екстремального» і екзотичного туризму, певна частина туристів, особливо люди похилого віку, віддають перевагу таким подорожам, коли, одержуючи нові враження, фізичне естетичне задоволення вони не позбавляються звичного комфорту і «звичного середовища» (їжі, дозвілля тощо). Подібний туризм позначають неологізмом-словосполученням *home-plus experience*:

*Some people who travel go away for a **home-plus experience**. They want everything they can get at home – fish and chips, pints of beer, tabloid papers – plus beaches, fine weather, and beautiful weather.*

Альтруїстично мотивована частина населення західних країн віддає перевагу присвяченню свого «відпочинку» безкоштовній суспільно-корисній роботі, наприклад, захисту

навколишнього середовища, надання допомоги бідним країнам у якості добровольців. Людей, що займаються такою суспільно корисною роботою під час відпустки стали позначати словосполученням *volunteer vacationer*:

Page is a volunteer vacationer, part of a growing group of Americans. People are using their free time to restore railroads, snorkel for science and band rare birds.

Модним видом відпочинку стають пробіжки «дикими місцями природи», особливо гористою місцевістю, із рюкзакми за спиною – *fast packing (speedhiking, speedclimbing)*. Можна відзначити, що цей відпочинок зараз за популярністю конкурує з такими захопленнями, як *snowboarding, mountainbiking*:

These days, hot areas of outdoor gear retailing are snowboarding, mountainbiking and fast packing – single-day running and hiking trips that cover 20 to 30 miles (Rocky Mountain News, May 17, 2002) [Зацний Ю.А. Сучасний англomовний світ і збагачення словникового складу. – Л. : ПАІС, 2007. – С. 133–138].

Власне туристична термінологія виступала об'єктом лінгвістичного дослідження у компаративному (порівняння даної терміносистеми в англійській і російській мовах) та в діяхронічному аспектах (Е.Т. Белан, Л.В. Виноградова [23, 41]). Проведений діяхронічний аналіз досліджуваної лексики підтвердив вплив як внутрішньомовних, так і зовнішньомовних чинників на зародження і подальше оформлення цієї термінології. Досліджувана термінологія має відкритий характер, що зумовлено високою мірою популярності такої сфери людської діяльності, як міжнародний туризм, і у результаті перетворенням її на дуже розгалужену і перспективну народногосподарську галузь. Проведений етимологічний аналіз показав, що домінуючим процесом термінотворення як для англійських, так і для російських спеціальних одиниць є синтаксичний спосіб. Термінологія, будучи частиною загальнолітературної лексики і значною мірою беручи витоки із загальнолітературної лексики, не може ізолюватися від законів і процесів її розвитку та функціонування.

Розділ 1. Семантичний спектр англомовної туристичної термінології

Цікавим доробком зазначених досліджень є періодизація появи туристичних термінів в англійській мові із розвитком туризму як галузі завдяки технічно-економічним, соціальним факторам та цільовим функціям туризму, що складається з таких етапів:

1) прообраз туристичної діяльності (епоха античності – початок XIX століття) – основними мотивами подорожей була торгівля, паломництво, лікування, освіта; термінологія туризму складалася із номінацій засобів пересування та проживання, що позначалися лексичними одиницями із літературної мови (*carriage, board, excursion, hotel, resort*);

2) початок розвитку масового туризму (XIX століття) – закладення основ матеріально-технічної бази, методів роботи та управління туризмом; поява термінів *tourism, tourist* та номінацій, що пов'язані із посередницькими послугами турбюро, перевезенням, проживанням та харчуванням (*booking, transit, maitre d'hotel, a la carte, buffet*);

3) масовий конвеєрний туризм (початок XX століття – кінець Другої світової війни) – динамічний розвиток транспортних послуг і готельного бізнесу призвів до появи цілої низки відповідних термінів (*airline, airport, motel, receptionist, room-service*);

4) масовий диференційований туризм (кінець Другої світової війни – до наших днів) – характеризується розмаїттям туристичних послуг, спрямованих на задоволення індивідуальних вимог туриста, що знайшло своє відображення в туристичній термінології (*nostalgic tourism, rural tourism, flotel, honeymoon suite, American plan, last minute tour*) [23].

Крім цього, автори зазначених розвідок відзначають, що англомовна термінологія туризму знаходиться на етапі наукового осмислення [41], розвивається та прагне до закінчення свого формування, що також підкреслює актуальність обраної теми нашого дослідження.

Як показує проведений аналіз теоретичних та практичних аспектів дослідження термінології в працях сучасних вітчизняних лінгвістів, найбільш поширеною тенденцією є

об'єднання двох аспектів, а саме – функціонального та системного – для повного висвітлення особливостей тієї чи іншої терміносистеми. Серед основних завдань, які вирішуються в таких дослідженнях, відзначимо, зокрема, розробку комплексної моделі аналізу термінів для застосування в лексикографічній практиці; вивчення структурних, семантичних та словотвірних особливостей термінів; аналіз системних відношень усередині терміносистеми; систематизація окремих груп термінів за семантичною ознакою; встановлення способів, мотивації й періодизації виникнення термінологічної лексики; вивчення функціональних характеристик цих одиниць; виявлення зв'язку змістових та функціональних параметрів термінів; характеристика процесів детермінологізації усередині системи; розробка тезауруса термінології певної сфери діяльності людини (О.А. Литвинко, Я.Ю. Манжос, О.В. Подвойська, І.Ф. Стоянова, Г.Б. Фогель).

Разом з указаним підходом відзначимо й спроби аналізу певних терміносистем у рамках когнітивної наукової парадигми. Так наприклад, застосовуються методи фреймової семантики до моделювання термінологічної лексики та представлення того чи іншого галузевого апарату у вигляді фрейму, який має розгалужену ієрархічно організовану структуру, що складається з гіперфрейма, субфрейма та ін. (Ю.В. Віт). Такий підхід, на наш погляд, у значній мірі ґрунтується на традиційних методах лінгвістичної семантики та гіперо-гіпонімічних відношеннях усередині досліджуваних терміносистем.

Для всіх цих розвідок спільною методологічною основою є антропоцентричний принцип, згідно з яким визначальну роль у мові відіграє фактор суб'єкта, а зміст і функція мовного знака трактується з урахуванням пізнавальної та комунікативної діяльності людини (О.С. Кубрякова).

Серед методів дослідження найпоширенішими є: компонентний аналіз, дефініційний аналіз, польове моделювання (для визначення особливостей семантичної організації досліджуваних груп термінів), контекстуально-

Розділ 1. Семантичний спектр англомовної туристичної термінології

інтерпретаційний метод, аналіз дискурсу, кількісний метод (для вивчення функціональних особливостей термінів), етимологічний, діяхронічний та когнітивно-ономасіологічний види аналізу (для виявлення внутрішньої форми термінів та висвітлення історії галузевої лексики).

Таким чином, проведений аналіз теоретичних та практичних аспектів дослідження термінології в роботах сучасних вітчизняних лінгвістів уможливив виявлення загальної тенденції до комплексного розгляду термінологічної лексики в семантичному, структурному, словотвірному та функціональному аспектах.

1.3. Термінологічне поле «туризм» в англійській мові

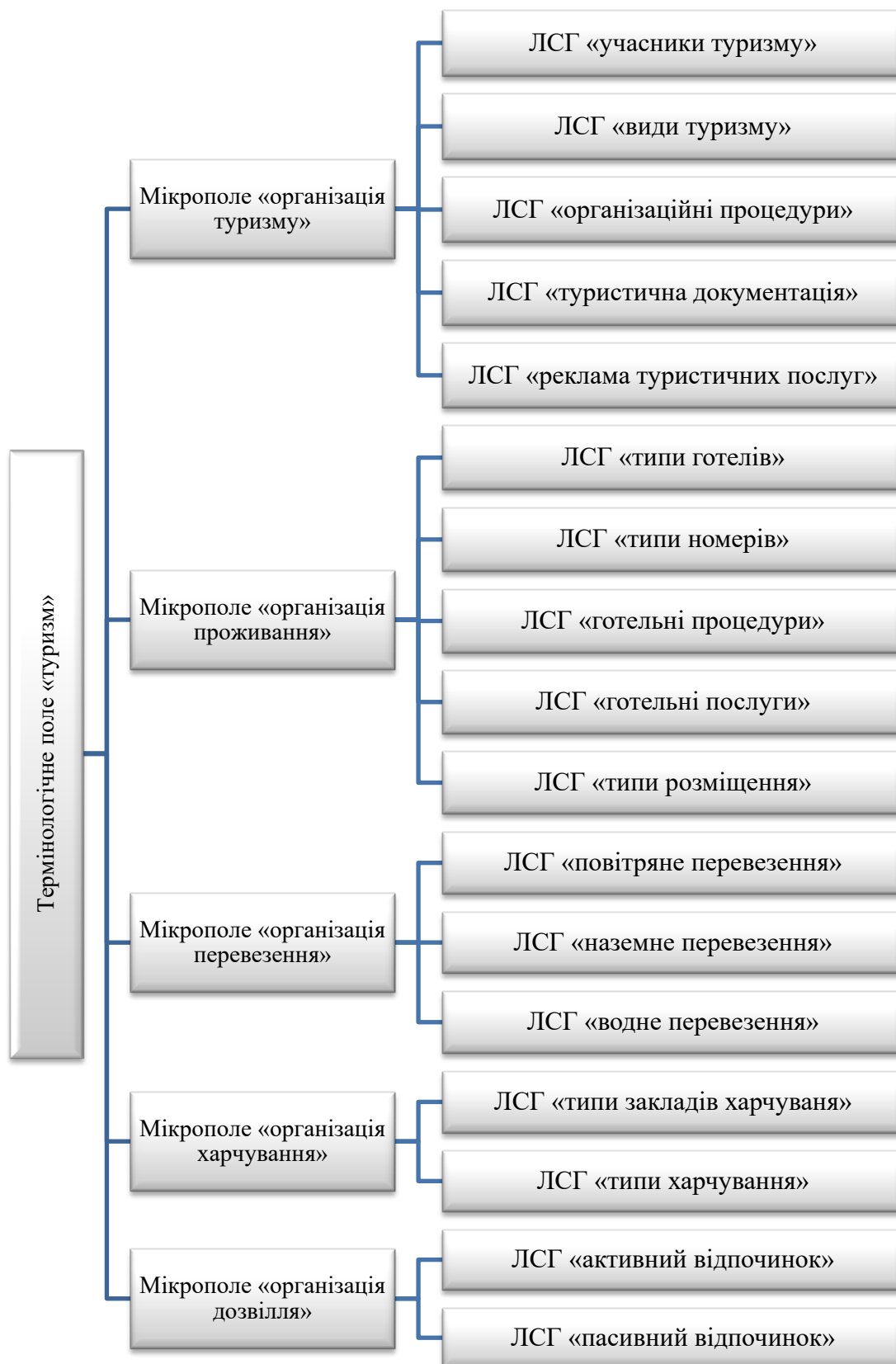
Згідно з принципами польового підходу до моделювання мовних підсистем (З.Д. Попова, Й.А. Стернін [134]), розглядаємо весь корпус англомовної туристичної термінології як **термінологічне поле** (Т.Л. Канделакі [85]), що має певну структуру та ґрунтується на декількох типах відношень між своїми елементами.

Проведений тематичний аналіз англомовної туристичної термінології уможливив виокремлення в її структурі п'яти мікрополів, що відображають наявні підгалузі в сфері туризму, а саме:

- мікрополе «*організація туризму*»;
- мікрополе «*організація проживання*»;
- мікрополе «*організація перевезення*»;
- мікрополе «*організація харчування*»;
- мікрополе «*організація дозвілля*».

Ці мікрополя в свою чергу містять певну кількість лексико-семантичних груп (далі – ЛСГ), які об'єднують термінологічні одиниці за більш специфічними тематичними ознаками. Таким чином, структура термінологічного поля «туризм» ґрунтується на гіперо-гіпонімічних відношеннях між його конституентами. Графічна структура термінологічного поля «туризм» наведена на рисунку.

Туристична термінологія: семантика і функціонування



Структура термінологічного поля «туризм»

Розділ 1. Семантичний спектр англомовної туристичної термінології

Мікрополе **«організація туризму»** охоплює базові поняття туризму та складається з п'яти ЛСГ:

- 1) ЛСГ «учасники туризму» (*tourist, host, tour operator, guide, animator*);
- 2) ЛСГ «види туризму» (*gastronomic tourism, last-minute tour, all-expense tour*);
- 3) ЛСГ «організаційні процедури» (*booking, tour cancellation, meet and greet*);
- 4) ЛСГ «туристична документація» (*visa, voucher, traveler's cheque, accident insurance*);
- 5) ЛСГ «реклама туристичних послуг» (*travel catalogue, travel fair*).

Мікрополе **«організація проживання»** також містить п'ять ЛСГ та об'єднує терміни, які стосуються певних нюансів розміщення туристів:

- 1) ЛСГ «типи готелів» (*flotel, boutique hotel, hostel*);
- 2) ЛСГ «типи номерів» (*single room, suite, family suite*);
- 3) ЛСГ «готельні процедури» (*check in, early arrival, late check-out*);
- 4) ЛСГ «готельні послуги» (*room service, wake up call, transfer*);
- 5) ЛСГ «типи розміщення» (*bed and breakfast, half board, American plan, European plan*).

Мікрополе **«організація перевезення»** поділяється на підгрупи залежно від застосованого виду транспорту:

- 1) ЛСГ «повітряне перевезення» (*domestic flight, baggage claim, charter*);
- 2) ЛСГ «наземне перевезення» (*car rental, parking lot, buffet car*);
- 3) ЛСГ «водне перевезення» (*cruise liner, outside cabin*).

Мікрополе **«організація харчування»** містить дві підгрупи:

- 1) ЛСГ «типи закладів харчування» (*singles bar, drive-in restaurant*);
- 2) ЛСГ «типи харчування» (*American breakfast, English breakfast, brunch*).

Останнє мікрополе – «*організація дозвілля*» охоплює лексичні одиниці, пов'язані з видом відпочину:

- 1) ЛСГ «активний відпочинок» (*diving, bungee-jumping, water skiing*);
- 2) ЛСГ «пасивний відпочинок» (*animation, variety show, spa*).

Слід зазначити, що всередині виокремлених ЛСГ також можливий поділ на певні тематичні ряди на основі гіперогіпонімічних відношень. Так наприклад, у складі ЛСГ «повітряне перевезення» можна виокремити такі тематичні ряди, як «тип транспорту» (*jet, airliner*), «місце» (*airport, terminal*), «типи перельотів» (*non-stop flight*), «працівники» (*baggage inspector*) тощо. Це ще раз підкреслює системно-польовий характер досліджуваної термінології.

Як впливає з попередніх міркувань, будь-яка термінологія, у тому числі і туристська, є сукупність взаємозв'язаних термінів, які утворюють цілісну систему. Проте її системні властивості представлені імпліцитно [103], і для того, щоб їх виявити, необхідно удатися до логіко-понятійного аналізу терміносистеми.

Говорячи про дослідження термінології, лінгвісти вже давно підкреслювали необхідність її попереднього логіко-понятійного аналізу. Процес впорядкування термінології зазвичай ділять на два етапи:

- 1) виявлення системи понять, використовуваної надалі при побудові системи значень впорядкованої термінології;
- 2) розробка впорядкованої системи термінів. При цьому якість впорядкованої термінології цілком визначається якістю саме першого етапу роботи [4, 87].

З цією тезою узгоджується і думка про те, що логіко-понятійний аналіз становить зміст систематизації понять у роботі за визначенням термінів [64].

Логіко-понятійне моделювання терміносистеми ґрунтується на універсальних структурних властивостях будь-якої системи. Описати систему – значить описати:

- 1) її елементарні одиниці;
- 2) класи елементарних одиниць;
- 3) закони сполучуваності елементів [177].

Розділ 1. Семантичний спектр англомовної туристичної термінології

Таким чином, попередній логіко-понятійний аналіз припускає:

- 1) виділення початкового числа спеціальних понять;
- 2) визначення категоріальних класів спеціальних понять;
- 3) визначення характеру стосунків між спеціальними поняттями.

Таким чином, категоріальний аналіз терміносистеми разом з аналізом понятійних стосунків є обов'язковим етапом логіко-понятійного аналізу.

Класи спеціальних понять утворюють понятійно-термінологічні поля або ж термінологічні поля, які є найважливішими структурними частинами усєї понятійної організації термінологічної системи.

Найчіткіше і теоретично беззаперечно на цю тему висловився С.Д. Шелов, який трактував термінологічне поле як «сукупність спеціальних для цієї області понять, які потрібні для понятійної ідентифікації цього терміна, понять, для ідентифікації яких потрібний цей термін, а також стосунків між ними і поняттям, вираженим цим терміном» [3, 204]. На його думку, термінологічне поле є з теоретичної точки зору найцікавішою структурною частиною.

Таким чином, спеціальні поняття, утворюючи систему, формують термінологічні поля з ієрархічною будовою, які ґрунтуються насамперед на гіперо-гіпонімічних відношеннях між структурними елементами.

Розглянемо особливості представленості англомовної туристичної термінології в енциклопедичних і тлумачних словниках англійської мови.

1.4. Туристична термінологія у тлумачних словниках англійської мови

Рівень представленості досліджуваної туристичної термінології в англомовних тлумачних словниках становить

лише четверту частину із зафіксованих у спеціалізованих енциклопедіях 3000 термінологічних одиниць (близько 700 термінів).

Власне весь корпус туристичної термінології, як і будь-якої іншої терміносистеми, не є однорідним. Уже традиційним став розподіл термінології певної сфери на вузькогалузеву, міжгалузеву та загальнонаукову (О.В. Суперанська, Н.В. Подольська [175]).

У нашому випадку чітко прослідковується тенденція більшої репрезентативності в тлумачних словниках саме міжгалузевої лексики, що внаслідок свого статусу є вживанішою. До неї уналежнюємо мікрополя *«організація проживання»*, *«організація перевезення»*, *«організація харчування»* та *«організація дозвілля»*, а також загальноновживану лексику, що ввійшла в туристичну термінологію (*room, bed, service* тощо). Водночас найменше представлена саме вузькогалузева лексика, до якої зараховуємо мікрополе *«організація туризму»*.

Зазначене спостереження підтверджує тезу про те, що енциклопедії реєструють більше номінацій за рахунок детальної диференціації певного поняттєвого поля, тоді як на рівні повсякденного спілкування мовці віддають перевагу номінаціям, що позначають базові одиниці в класифікації об'єктів, нехтуючи лексичними одиницями із субординатним рівнем конкретності (Н.В. Загребельна, О.В. Цобенко [199]).

Дослідження туристичної термінології невід'ємне від її лексикографічного опису, оскільки наявність словників термінів туризму можна розглядати як необхідну умову подальшого розвитку наукового підходу до вивчення туристичної термінології.

З метою аналізу туристичних термінологічних словників необхідно вказувати деякі найважливіші їх параметри.

Так, авторська установка укладача словника виражається в першу чергу в предметній орієнтації. У термінологічній лексикографії, у тому числі і в туристичній, слід говорити

Розділ 1. Семантичний спектр англомовної туристичної термінології

про тематичну орієнтацію, оскільки першим етапом роботи над словником є визначення тематичного пласта спеціальної лексики, внаслідок чого встановлюється загальнонауковий, багатогалузевий, галузевий або вузькогалузевий характер термінологічного словника [25, 63]. За даними проведеного нами аналізу словників, усі англомовні словники є галузевими, оскільки вони охоплюють терміни, що відносяться до сфери туризму і подорожей. При цьому велику частину словників можна визнати комплексною, оскільки в них об'єднується термінологія декількох суміжних галузей знання [79].

Авторська установка обумовлює і призначення словника, яке визначається характером його використання. На цій підставі виділяються перекладні, учбові, довідкові й інформаційні словники [66].

Практично всі вивчені нами англомовні видання є довідковими словниками, які можна віднести до тлумачно-енциклопедичного типу. Існує думка, що одномовні тлумачні словники є переважаючими серед термінологічних словників [174].

Елементом авторської установки словника є і його спрямованість на певного адресата. Майже всі англомовні словники розраховані на широке коло фахівців і людей, що стикаються в роботі з туристською термінологією: практичних працівників-фахівців туристичних і готельних підприємств, викладачів, студентів, а також самих туристів.

До питань авторської установки відносяться і принципи відбору спеціальної лексики, що підлягає включенню в словник. До цього показника відносяться питання вибору джерел для відбору термінів і критерії виділення спеціальної лексики: відмежування термінів від нетермінів; термінів цієї галузі знань від термінів суміжних областей, а також від загальнонаукових і загальнотехнічних термінів.

Аналіз наявних словників показав, що питання відбору термінів вирішується емпірично і дуже суб'єктивно, оскільки

практично всі видання містять велику кількість загальнонаукових термінів і термінів, що не мають прямого відношення до сфери туризму.

До проблеми макрокомпозиції словників відносяться такі питання композиції словника, як вибір принципу розташування лексики, визначення складу основних частин словника, а також способів представлення в словнику багатослівних одиниць (термінологічних поєднань), а також багатозначних одиниць [63].

За даними аналізу порядку розташування словникових статей показано, що найбільш поширеним є алфавітний порядок дотримання: усі англomовні словники побудовані за таким принципом: кожна термінологічна одиниця має свою статтю, і усі статті розташовуються в строго алфавітному порядку.

Багатозначні і омонімічні терміни представляються в туристичних словниках, як правило, в одній статті, наприклад:

Terminal

- (a) *Passenger and/or cargo area at the end of transport routes where passengers embark and disembark and cargo is loaded and unloaded. Air transport terminals in city centres are known as air terminals or city terminals.*
- (b) *Computer equipment normally consisting of a keyboard and visual display unit(VDU) screen linked to the computer, which enables the operator to input data and instructions and obtain output [273].*

Проблеми мікрокомпозиції спеціального словника пов'язані з вибором лексикографічних реквізитів власне словникової статті. Порівняльне дослідження термінологічних словників сфери туризму показало, що лексикографічні реквізити, використовувані в цих словниках, можна розбити на декілька груп. До формальних реквізитів можна віднести відомості про вимову і наголос терміна: тільки один словник [275] приводить транскрипцію з наголосом, що пояснюється його учбовою спрямованістю.

Розділ 1. Семантичний спектр англомовної туристичної термінології

До формальних реквізитів також можна віднести різні граматичні відомості про термін. В англомовних виданнях наводиться частиномовна приналежність терміна і нерегулярні форми словозміни.

До групи формальних ознак відносяться і відомості про фонетичні, графічні, морфологічні та синтаксичні варіанти, а також відомості про короткі або повні варіанти терміна. Практично усі англомовні словники відбивають графічні варіанти, пов'язані з ареальною приналежністю (британський, американський варіанти, наприклад, (*traveller – US traveler*) і короткі/повні варіанти (*health tourism – health – care tourism*).

Наступну групу реквізитів, використовуваних у туристських термінологічних словниках, що виділяється нами, можна назвати атрибутивною, до якої відносяться різні засоби атрибуції (тобто віднесення до певного лексичного пласта) одиниць опису. В англомовних словниках використовуються помітки й індекси тематичної сфери або групи, до якої відноситься ця спеціальна одиниця, наприклад:

HOTELS

Boutique hotel

A term popularized in North America and the United Kingdom to describe hotels which have typically between 10 and 100 rooms, but can be as small as 2 rooms in a commercial setting (as opposed to rooms for rent in private residences), and often contain luxury facilities in unique or intimate settings with full service accommodations.

В усіх англомовних словниках також є присутніми ареальні реквізити, тобто помітки специфічного вживання термінів в окремих ареалах (національні тлумачення). переважно фіксуються терміни, що зустрічаються або тільки в США, або в Європі, наприклад:

agency tour

A term used in the USA to describe a fam trip [273];

animator

A leisure activities coordinator. The word is not used in the UK or, generally, outside continental Europe [277].

Ряд авторів англomовних словників наводять і стилістичні помітки, які дозволяють виділити окрім термінів, професіоналізми і жаргонізми, наприклад:

bucket shop

A slang term for a retail outlet selling cut – price wares, e.g., a travel agency which deals in unofficially discounted airline tickets, also known as discount ticket agency [275].

Говорячи про мікрокомпозицію аналізованих словників, необхідно зупинитися і на особливостях тлумачення туристичних термінів. Цій проблемі лексикографи приділяють багато уваги у зв'язку з тим, що проблема опису значення слова в словнику є центральною і найбільш досліджуваною у більшості словників. Практично усі автори англomовних словників в якості засобу пояснення значення терміна вибирають енциклопедичне визначення, тобто дають розгорнуте визначення зі залученням великої кількості екстралінгвістичного пояснювального матеріалу, наприклад:

attractions

Things or activities which attract tourists, for example the CN Tower in Toronto, the tallest man – made free – standing structure, to be contrasted with the great natural attraction Niagara Falls [274].

Ця особливість яскраво прослідковується в такому визначенні:

motor hotel (shortened to motel)

*a hotel designed for motorists, and usually has a parking area for motor vehicles. Entering dictionaries after World War II, the word **motel**, coined in 1925 as a portmanteau of motor and hotel or motorists' hotel, referred initially to a type of hotel consisting of a single building of connected rooms whose doors faced a parking lot and, in some circumstances, a common area; or a series of small cabins with common parking. Motels are often privately owned, though motel chains do exist.*

As the provincial highways and the United States highway system began to develop in the 1920s, long-distance road

Розділ 1. Семантичний спектр англомовної туристичної термінології

journeys became more common, and the need for inexpensive, easily accessible overnight accommodation sited close to the main routes led to the growth of the motel concept.^[1] Motels peaked in popularity in the 1960s with rising car travel, only to decline in response to competition from the newer chain hotels which became commonplace at highway interchanges as traffic was bypassed onto newly constructed freeways. Several historic motels are listed on the U.S. National Register of Historic Places, the United States federal government's official list of districts, sites, buildings, structures, and objects deemed worthy of preservation [277].

Наші спостереження також показують, що всі англомовні словники приводять наявні еквіваленти, включаючи дублети і варіанти.

У ході аналізу особливостей опису туристичних термінів у словниках також слід підкреслити, що всі англомовні словники характеризуються досить високою організацією довідково апарату, яка істотна для правильного розуміння парадигматичних і синтагматичних характеристик терміна. У них використовуються такі маркери, як: *see*, що посилає до близьких за значенням термінів або синонімів; *see also*, що посилає до термінів тієї ж області або до термінів, в якомусь сенсі протиставленим даному.

Розглянемо особливості словникових дефініцій туристичних термінів в англомовних тлумачних словниках. Насамперед проаналізуємо словникові визначення ключових термінологічних одиниць.

Термін «*tour*» досить поширений в англійській мові. New Webster's Dictionary and Thesaurus of the English Language дає йому таке визначення:

«a going or travelling round from place to place, a round; an excursion or journey including the visiting of a number of places in a circuit or sequence; often qualified, as cycling, walking, wedding tour» [278].

(«Похід або мандрівка з місця на місце, по колу; екскурсія чи мандрівка, яка передбачає поступове кількох місць; часто кваліфікується як: велосипедний, пішохідний, весільний тур»).

Термін «*tourism*» в англійській мові має таке значення:
*«tourism – the theory and practice of touring;
travelling for pleasure;
the business of attracting tourists and providing for their
accommodation and entertainment;
the business of operating tours»* [278].

(«Туризм – теорія і практика мандрівки для задоволення. Також бізнес, який полягає в залученні туристів і їх забезпечення в проживанні і розвагах; бізнес по управлінню турами»).

Як бачимо, семний склад англомовної номінації туризма містить сему «мандрівка для задоволення». Цю ж сему зустрічаємо і у визначенні номінації туриста:

*«Tourist – one who makes a tour or tours;
one who does this for recreation;
one who travels for pleasure or culture, visiting a number of
places for the objects of interest, scenery, or the like;
a member of a touring sports team»* [278].

(«Турист – людина, яка здійснює тур чи тури; людина, яка робить це з метою відпочинку; людина, яка мандрує для задоволення чи з метою культурного збагачення, відвідуючи різноманітні місця заради їх пам'яток, пейзажу і т.д.; член туристичної спортивної команди»).

Зазначимо, що дефініції туристичних термінів у різних словниках є майже ідентичними. Відрізняються використані у дослідженні словники лише кількістю представлених у своєму лексичному корпусі туристичних термінологічних одиниць. Наведемо деякі приклади:

*tourism the activity of traveling to a place for pleasure:the
business of providing hotels, restaurants, entertainment, etc., for
people who are traveling* [271].

Подібну картину бачимо і на прикладі цієї дефініції:
*tourist a person who travels to a place for pleasure
a member of a sports team that is playing a series of official
games in a foreign country* [271].

Розділ 1. Семантичний спектр англомовної туристичної термінології

Якщо порівнювати дефініції досліджуваних термінів у тлумачних словниках та енциклопедіях, слід зазначити, що другі надають багато екстралінгвістичної інформації стосовно історії розвитку цієї сфери тощо. Водночас базові семантичні ознаки зафіксовані тлумачними словниками наявні також і в спеціалізованих джерелах. Ця теза ілюструється такими прикладами:

tourism

the act and process of spending time away from home in pursuit of recreation, relaxation, and pleasure, while making use of the commercial provision of services. As such, tourism is a product of modern social arrangements, beginning in western Europe in the 17th century, although it has antecedents in Classical antiquity. It is distinguished from exploration in that tourists follow a «beaten path», benefit from established systems of provision, and, as befits pleasure-seekers, are generally insulated from difficulty, danger, and embarrassment. Tourism, however, overlaps with other activities, interests, and processes, including, for example, pilgrimage. This gives rise to shared categories, such as «business tourism», «sports tourism», and «medical tourism» (international travel undertaken for the purpose of receiving medical care) [277].

Не тільки тлумачення, а й стислу історію розвитку отельного бізнесу наведено в енциклопедичному визначенні готелю:

Hotel

Building that provides lodging, meals, and other services to the traveling public on a commercial basis. Inns have existed since ancient times (e.g., along the Roman road system during the Roman Empire) to serve merchants and other travelers. Medieval European monasteries operated inns to guarantee haven for travelers in dangerous regions. The spread of travel by stagecoach in the 18th century stimulated the development of inns, as did the Industrial Revolution. The modern hotel was largely the result of the railroads; when traveling for pleasure became widely popular, large hotels were often built near railroad stations. In 1889 the

Savoy Hotel in London set a new standard, with its own electricity and a host of special services; the Statler Hotel in Buffalo, N.Y. (1908), another landmark, catered to the growing class of business travelers. After World War II, new hotels tended to be larger and were often built near airports. Hotel chains became common, making purchasing, sales, and reservations more efficient. Hotels fall into three categories: transient hotels; resort hotels, intended primarily for vacationers; and residential hotels, essentially apartment buildings offering room and meal service.

Ще однією відмінністю загальномовних тлумачних словників англійської мови від спеціалізованих енциклопедій є те, що нормативні словники орієнтуються на пересічного мовця та людину, що вивчає мову. Цим пояснюється наведення синонімічного ряду певної номінації, наприклад:

tourist

a person who travels for pleasure <tourists from all over like to take pictures of the alligators in the bayou>

Synonyms *excursionist, rubberneck, rubbernecker, sightseer, traveler (or traveller), tripper [chiefly British]*

Related Words *holidayer, holidaymaker [chiefly British], vacationer, vacationist; guest, hosteler (or hosteller), visitor; transient; journeyer, pilgrim, wayfarer; snowbird, sunseeker [271].*

hotel

a place that provides rooms and usually a public dining room for overnight guests <for their 50th anniversary they stayed at one of the finest hotels in San Francisco>

Synonyms *auberge, caravansary (or caravanserai), hospice, hostel, hostelry, inn, lodge, public house, tavern*

Related Words *B and B, bed-and-breakfast, guesthouse; apartment hotel; accommodations, lodgings, rest; court, motel, motor court, motor inn, motor lodge, resort, spa, tourist court, youth hostel; camp, campground; bunkhouse, dormitory; boardinghouse, lodging house, rooming house; doss-house [chiefly British], fleabag, flophouse.*

Розділ 1. Семантичний спектр англомовної туристичної термінології

Отже, дане лексикографічне джерело наводить також приклади мовленнєвого втілення тієї чи іншої номінації.

Таким чином, доходимо певного висновку, що енциклопедії реєструють більше номінацій за рахунок детальної диференціації певного поняттєвого поля, тоді як на рівні повсякденного спілкування мовці віддають перевагу номінаціям, що позначають базові одиниці в класифікації об'єктів, нехтуючи лексичними одиницями із субординатним рівнем конкретності. Так, наприклад, із майже 70 різновидів туризму, що фіксуються енциклопедіями, лише 7 наявні у тлумачних словниках. Порівняємо дефініції екотуризму:

Ecotourism

the practice of traveling to beautiful natural places for pleasure in a way that does not damage the environment there [285];

Ecotourism is a form of tourism involving visiting fragile, pristine, and relatively undisturbed natural areas, intended as a low-impact and often small scale alternative to standard commercial (mass) tourism. Its purpose may be to educate the traveller, to provide funds forecological conservation, to directly benefit the economic development and political empowerment of local communities, or to foster respect for different cultures and for human rights. Since the 1980s ecotourism has been considered a critical endeavour by environmentalists, so that future generations may experience destinations relatively untouched by human intervention. Several university programs use this description as the working definition of ecotourism. Generally, ecotourism focuses on socially responsible travel, personal growth, and environmental sustainability. Ecotourism typically involves travel to destinations where flora, fauna, and cultural heritage are the primary attractions. Ecotourism is intended to offer tourists insight into the impact of human beings on the environment, and to foster a greater appreciation of our natural habitats. Responsible ecotourism includes programs that minimize the negative aspects of conventional tourism on the environment and enhance the cultural

integrity of local people. Therefore, in addition to evaluating environmental and cultural factors, an integral part of ecotourism is the promotion of recycling, energy efficiency, water conservation, and creation of economic opportunities for local communities. For these reasons, ecotourism often appeals to advocates of environmental and social responsibility [273].

Як бачимо, енциклопедії не лише наводять значення цього різновиду туризму, а й наводять цілі, які переслідує цей різновид відпочинку.

Розглянемо морфологічні особливості англomовної туристичної термінології. У рамках цього підрозділу зупинимося на розгляді формальних критеріїв, оскільки структурні особливості термінів і процеси дериватів відіграють важливу роль для розуміння термінів, для взаєморозуміння фахівців сфери туризму.

Передусім зупинимося на частиномовній характеристиці термінів сфери туризму. Як і в усіх галузевих термінологіях, в корпусах, що вивчаються, переважають іменники.

Кількісні дані стосовно цього критерію наведено в табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Частиномовна класифікація англomовної туристичної термінології

Частин мови	Кількість термінів	Відсоток від загальної вибірки
Іменники	1920	96
Дієслова	60	3
Прикметники	20	1
Загалом	2000	100

Розділ 1. Семантичний спектр англомовної туристичної термінології

Аналізуючи формальну сторону терміна, багато дослідників виділяють дві основні групи термінів, що розрізняються за складом: терміни-слова (однокомпонентні), терміни-словосполучення (багатокомпонентні).

Кількісний аналіз структури термінів туризму наведено в табл. 1.2.

Таблиця 1.2

Компонентна класифікація англомовної туристичної термінології

Різновиди термінів	Кількість термінів	Відсоток від загальної вибірки
Однокомпонентні	640	32
Двокомпонентні	1320	66
Трикомпонентні	40	2
Загалом	2000	100

Проведені раніше дослідження термінології [61, 84] свідчать про те, що в сформованій терміносистемі кількість багатокомпонентних термінів близька до 70%.

Звідси, отримані нами дані доводять, що англомовна терміносистема «туризм» знаходиться на рівні наукового осмислення та є сформованою галузевою терміносистемою. Переважання багатокомпонентних термінів також свідчить про інтенсифікацію процесу спеціалізації туристських термінів, формування ієрархічної структури терміносистеми, встановлення зв'язків дериватів між термінами.

Таким чином, аналіз словотвірних особливостей досліджуваної термінології виявив домінування

багатокомпонентних термінологічних одиниць, поява яких пояснюється, зокрема, розвитком різних підгалузей туризму, що відображується у створенні нових термінів на основі вже існуючої термінологічної одиниці.

Проте, незважаючи на переважання непохідних термінів, слід зазначити, що утворення афіксації туристичних термінів є досить продуктивним. У сфері туризму воно здійснюється на основі тих же словотворчих моделях, що і утворення загальноновживаної лексики.

Розглянемо деякі словотворчі моделі англійської мови і особливості їх «наповнення» в процесі утворення туристичних термінів.

Основною термінологічною одиницею, як відомо, є іменник. Як вже зазначалося вище, у системі туристської термінології англійської мови іменники складають відповідно 96% від загального числа усіх частин мови.

Іменники, що функціонують у системі сфери туризму, за семантичною ознакою можуть бути поділені на три семантичні класи, що означають:

- 1) процес;
- 2) діяча;
- 3) туристські предмети, об'єкти, явища.

Для утворення туристських термінів – іменників, що означають процес, в англійській мові найбільшою продуктивністю користуються словотворчі моделі з суфіксом – *ing*:

camping, hiking, staggering, clubbing, bouldering, kayaking, snorkeling, catering, caravanning, trekking, meeting.

З меншою продуктивністю в утворенні іменників цього класу беруть участь такі суфікси, як:

- *tion* (*reservation, recreation, animation, accommodation*);
- *al* (*arrival*);
- *ure* (*departure*);
- *age* (*pilgrimage, porterage*).

Розділ 1. Семантичний спектр англомовної туристичної термінології

Значний пласт у туристських термінологіях обох мов становлять іменники, що означають діяча, називаються інакше іменами осіб. Серед англійських імен осіб найбільш численні іменники, утворені за допомогою суфікса:

- **er** (*hosteller, busser, greeter, waiter, traveler, weekender, commuter, packager, supplier, carrier, tripper, camper, cruiser*).

Другою і третьою по продуктивності моделями для позначення осіб в англійській мові є моделі з суфіксами:

- **or** (*animator, visitor, consolidator*);
- **ist** (*receptionist, excursionist, motorist*).

Третій клас іменників становить найменування предметів, об'єктів і явищ сфери туризму. У англійській мові активні термінологічні найменування з суфіксом:

- **er** (*appetizer, diner, sleeper, trailer, liner*).

Деяку активність виявляють суфікси:

- **ity** (*hospitality, seasonality*);
- **ery/ory** (*carvery, inventory*).

Нечисленні дієслова досліджуваних корпусів відстають у термінологічній активності від іменників. Серед зафіксованих афіксів виділяємо:

- **ate** (*accommodate, animate, recreate, consolidate*).

Префіксація серед дієслів ще менш поширена:

- **re** (*reboard, reissue, reroute*).

Таким чином, аналізуючи словотвірні особливості однослівних англомовних туристичних термінів можна дійти декількох висновків. Лінійна (морфологічна, зовнішня) деривація відбувається за допомогою матеріального вираження засобів словотвору.

«Основною одиницею мовної реальності є слово, яке членується на морфеми, що залишаються такими незалежно від своєї граматичної чи лексичної природи і становлення, але не самостійні одиниці мови, які функціонують у складі автономної одиниці слова» [19, 105].

Афікс виступає словотворчим елементом під час афіксального словотворення. Афікси реалізують свої значення лише в поєднанні з коренем.

Афікси бувають продуктивними і непродуктивними. По-перше, продуктивність афікса визначається, беручи до уваги кількість слів, які виникли за період існування цього афікса в мові як словотворчого елемента, по-друге, частоту вживання новотворів з цим афіксом. Виходячи з цього, афікси малопродуктивні, продуктивні, а деякі мають так звану «абсолютну продуктивність», тобто таку здатність до словотворення, при якій афікс має найменше обмежень у сфері свого застосування як словотворчий елемент [101].

Критеріями продуктивності афікса «здатність до утворення необмеженої кількості нових слів, зрозумілих для тих, хто говорить цією мовою, і, зокрема, здатність до утворення «потенційних слів». Другим критерієм продуктивності афікса є його чітка здатність до виділення та чіткість його значення [105].

О.С. Кубрякова говорить, що існують три споріднені характеристики словотвірних моделей: «...продуктивність моделі – це скоріше кількісна характеристика словотвірного ряду. З іншого боку, активність моделі – це скоріше якісна її характеристика, тому що вона означає здатність словотвірного ряду до поповнення новими одиницями. Нарешті, вживаність моделі пов'язана з її реалізацією в тексті, тобто статистичними закономірностями її вживання. Зрозуміло, що всі ці ознаки тісно пов'язані між собою, але тим не менше зовсім не тотожні» [21, 111].

Суфіксація є найпродуктивнішим засобом морфологічного словотвору у лексиці туризму ХХІ століття. Продуктивність суфіксів розподілена нерівномірно. Утворені за допомогою суфіксації 36,4% слів припадають на суфікс **-er**. Цей суфікс є аloseмічним, тобто має кілька абстрактних значень. «Суфікси вбирають семантику слів однієї словотвірної категорії чи розряду, передаючи, наприклад, значення знарядь дії, ознак дії тощо» [111].

Розділ 1. Семантичний спектр англомовної туристичної термінології

У лексиці туризму серед слів, утворених за допомогою суфікса **-er**, очевидним є поділ на назви предметів та елементів одягу, а також назви імен особи. Більшість назв предметів одягу були утворені від дієслівних основ. Серед них: 1) слова із загальним значенням «інструмент дії», де твірне дієслово позначає дію, яку виконують за допомогою предмета чи елемента (*Skipper, babysitter, cruiser, waiter, traveller*). Твірні основи таких іменників мають семантичну роль мети чи результату.

Серед назв імен особи виділяють назви певних туристичних стилів (*camping, rafting, yachting, ect.*).

Інші суфікси виявилися менш продуктивними для лексики туризму. Слова, утворені за їх допомогою, становлять лише третину слів, утворених шляхом суфіксації в лексиці туризму, серед них **-ing, -tion** (*sailing, camping, parking, yachting*).

В англійській лексиці туризму сформулювалась копулятивна словотвірна модель іменників з другим елементом (*airbus, airport tax, aquapark, aquatel*). Твірна основа іменників має загальне значення (*air, aqua*).

Серед афіксованих слів у лексиці туризму зафіксовані слова, утворені за допомогою не лише суфіксації, а й за допомогою префіксації. «Префіксація спеціалізується на вираженні дуже абстрактних локально-просторових та часових значень» [105].

Префікси *over* та *under* використовуються для утворення слів на позначення понять туризму. Іменники, утворені за допомогою префікса *mini, sub*, становлять 30% від усіх префіксованих слів (*subaqua, minibar*).

Деякі із префіксованих слів були утворені за допомогою префіксів грецького та латинського походження. Префікси *super-, anti-, ultra-* були запозичені в періоди відповідно середньоанглійської, ранньоанглійської та новоанглійської мови з латині [7]. У другій половині ХХ століття ці префікси використовувались для творення ключових понять туризму – *ultra all inclusive, supermarket*.

Припадає по 1% на префікси грецького походження *micro-*, *mono-* (*micro buffet area*). На решту префіксів припадає по 1,8%. Серед них префікс грецького походження *hyper-*, латинського – *ultra-*, *tri-*, *mono-*, *bi-*. Ці морфеми реалізують значення точної і неточної кількості [7].

Префікси *bi-*, *tri-*, *multi-* виражають семи подвійності, потрійності, множинності (*triple*, *multifunctional*).

Усічення основи є значно менш продуктивним засобом морфологічної деривації, ніж афіксація. Слова, утворені шляхом усічення основи, становлять 0,6% від усіх слів, утворених за допомогою морфологічного словотвору за участю однієї твірної основи. «Як правило, усічені слова у свідомості мовця часто пов'язані зі своїми повно складними прототипами й відрізняються від них стилістичним та інколи й емоційним забарвленням. Усічення кінця слова залишається в сучасній англійській мові найбільш продуктивним видом усічення...» [111].

У лексиці туризму в переважній більшості відбувається відсікання кінцевої частини слова: *mod* (від *modern*). Інколи відсікання супроводжується додаванням елемента *o-*: *Afro* (від *African*).

30% від усіх слів, утворених засобами лінійного (зовнішнього, морфологічного) словотвору в лексиці туризму, становлять слова, утворені за допомогою кількох твірних основ. До цієї групи засобів словотвору відносять юкстапозицію (словоскладання), композицію (основоскладання) та аббревіацію. В англійській лексиці туризму представлені такі засоби лінійного словотвору за допомогою кількох основ, як словоскладання, контамінація (телескопія), аббревіація (скорочення, акронімізація), редуплікація, а також випадки іконічного словотвору.

Словоскладання як засіб номінації використовується для називання понять більш складних, ніж ті, що можуть бути виражені за допомогою слів з однією основою. Частка словоскладання через засоби синтаксичної деривації становить 30%. Словоскладання в лексиці туризму відбувається за

Розділ 1. Семантичний спектр англомовної туристичної термінології

допомогою таких схем: іменник + іменник, прикметник + іменник, дієслово + іменник. Четверта частина складних слів в англійській мові є сполучення основ іменників (*airbus, airplane, aparthotel, bellboy, downtown, grandmaster, seafoods, roommate, sunshade*).

Телескопія – ефективний засіб вираження складних понять. Комунікація тяжіє до спрощення форм. У ХХІ столітті, коли інформативність відіграє одну з провідних ролей, метою стає вмістити максимум інформації в мінімум тексту. Більш компактні форми зручніші для вживання, швидше і легше запам'ятовуються, що важливо для реклами, яка тісно пов'язана зі світом туризму.

Термін «телескопія» спочатку вживався для позначення процесу утворення слів, який нагадує складання телескопа (*slang + language = slanguage*) [164]. Проте пізніше розуміння телескопії розширилося. «Особливістю будови телескопного слова... є те, що принаймні один із його компонентів представлений не цілою, а усіченою основою, її фрагментом («уламком» за термінологією І.М. Бермана, Т.Р. Тимошенко). ...Більшість телескопізмів, на відміну від аббревіатур не мають відповідників у вільних словосполученнях, а утворюються внаслідок встановлення асоціативних зв'язків між двома синтаксично відокремленими словами... основною ознакою телескопного слова є також те, що поєднання «уламка» може бути найрізноманітнішим...» [164]. У телескопізмі має бути присутня ініціальна частина одного та кінцева частина іншого слова (одне з них при цьому може бути представлене повністю).

Цей засіб словотворення особливо популярний серед турсервісів, оскільки в такий спосіб можна привернути увагу, передати кілька значень в одному слові, увиразнити назву (*Grand Hotel, Holnameay hotel, Hotel Garni, Hotel Inameo*).

Окремою групою способів вторинної номінації є *аббревіація*, скорочення та акроніми. О.С. Кубрякова притримується думки, що «аббревіатури опиняються на самій

периферії словотворення, на межі між мотивованими та немотивованими знаками мови» [71, 111]. Аббревіатура – слово, утворене за допомогою перших літер повнозначних слів переважно іменникового словосполучення. Семантичний зсув у аббревіатурі зводиться до перетворення у ступені розчленованості семантичного уявлення одного й того ж. Скорочення – слово, утворене за допомогою частини слів – членів словосполучення. Інколи ці поняття поєднують, називаючи їх терміном «аббревіація»: «Аббревіація – це поєднання в одному слові кількох слів, що скорочуються до кореня чи основи (медсестра), до кількох складів (лікнеп), до окремих букв (ВНЗ)» [7]. Прихильники цього підходу розрізняють часткову та ініціальну аббревіацію.

«Прагнення передавати максимальний об'єм інформації мінімальними мовними засобами призводить до виникнення все нових компресивних форм. Аббревіатури, зокрема, входять до складу висловлювань як окремі готові комплекси і сприймаються як одні номінативно-когнітивні утворення, що не викликає труднощів у процесі сприймання. Нові утворення функціонують подібно до лексичних одиниць, відповідаючи всім лексико-граматичним показникам повнозначного слова» [15]. Акронім – слово, яке може бути утворене як за допомогою перших літер, так і окремих частин будь-якого словосполучення чи фрази будь-якого типу, інколи з використанням афіксів. Особливістю акроніма є злиття прочитання, на відміну від аббревіатури, що читається як ряд літер. Отже, акронімізація – засіб словотворення близький до телескопії. Різниця полягає в тому, що тут використовується не перший елемент першого слова та останній елемент другого слова, а перші елементи двох чи більше слів.

Наприклад *motel* – *motor* + *hotel*, *radar* [*radar*] – *Radio detecting and ranging*.

Редуплікація – як засіб деривації полягає в повторенні однієї основи чи вживанні схожих за звучанням основ з метою створення слова з новим значенням. Серед лінійних засобів словотвору за участю кількох твірних основ кількість випадків

Розділ 1. Семантичний спектр англомовної туристичної термінології

редуплікації становить 0,8%. Редуплікація може бути як повною, наприклад *go-go (boots, rings)*, так і частковою, коли слово в атрибутивній позиції дещо спотворене імітує звучання означуваного слова. Прикладами неологізмів, утворених за допомогою редуплікації є *jet doo, jet ski*.

До доволі продуктивних способів у туристській термінології відноситься словоскладання: 30% всіх англійських термінів утворені таким шляхом.

Для англійського словоскладання в туристській термінології характерні такі моделі:

- 1) іменник + іменник
(*bellboy, owner – manager, housekeeping, chambermaid, pageboy, rest – camp, roadhouse, timeshare, birdwatching, hillwalking, kitesurfing, busboy*);
- 2) дієслово + прийменники
(*check – in, check – out, pick – up, kick – back, stopover, blackout*).

Розглянемо моделі утворення багатокomпонентних термінів в англійській мові.

Для двокомпонентних термінів характерні такі конструкції:
N+N;

Hall porter, hospitality industry, conference room, wine waiter, menu card, shoulder season, tourism resources

N+Adj;

Adjoining rooms, independent hotel, happy hour, ethnic restaurant, French service, domestic traveler

N+prep+N;

Bed and breakfast, arrival without notice, heads in beds, length of stay, demand for tourism, date of departure.

Для трьохкомпонентних термінів туризму характерні такі структури:

N+Adj+N;

Supplementary tourist accommodation, daily room rate, same day visitor

N+N+N;

Room status board, business travel department, passenger facility charge, country house hotel

N+conj+N+N;

Hotel and catering industry, food and beverage facilities, hub and spoke tour

N+Adj+N.

Tourism generating areas, group inclusive tour, horse riding tour.

Як бачимо, в англійській мові серед туристських термінів переважають двокомпонентні одиниці, найбільш продуктивною моделлю яких є модель $N + N$. Поширеність цієї моделі обумовлена тим, що такі словосполучення є економним засобом вираження синтаксичних стосунків, оскільки зв'язки між компонентами в них здійснюються простим соположенням слів без участі будь-яких формальних показників цього зв'язку. Можливість функціонування двокомпонентних субстантивних словосполучень у сучасній англійській мові багато в чому пояснюється граматичними можливостями іменника. Окрім власне «предметних» значень, іменник здатний виражати різного роду номинализованные дії, ознаки, якості. В силу подібної смислової місткості, англійський іменник має широкі сполучні можливості, здатністю комбінаторики з багатьма іншими частинами мови і навіть з самим собою [33, 67]. Осереддя іменників у складі словосполучень забезпечує їх «довжину» і, отже, «глибину»:

«Група іменників є з точки зору змісту дуже місткою синтаксичною освітою, тим більше визначень можуть у свою чергу бути ядрами синтаксичних груп, конкретизуючись визначеннями, які можуть, у свою чергу, мати визначення і так далі, група іменника дістає тут можливість ввібрати в себе зміст, який міг би бути виражений в поширеній або навіть складній пропозиції» [2, 58].

Таким чином, двокомпонентні іменні термінологічні словосполучення сучасної англійської мови є зручним і економним засобом передачі інформації. Поширення вказаних словосполучень свідчить про посилення тенденції

Розділ 1. Семантичний спектр англомовної туристичної термінології

до препозитивного вживання визначень, аналітичному способу передавання синтаксичних стосунків і про посилення закону мовної економії.

Підсумовуючи зазначимо, що іменник є невід'ємним компонентом усіх словосполучень. Така активність іменника свідчить про його семантичну місткість.

Досліджуючи понятійну цілісність терміносистеми туризму, цікаво простежити особливості її гніздової структури, оскільки в організації термінологічних гнізд «виразно проявляється взаємодія понятійних категорій, пов'язаних цією терміносистемою, а ділення на термінологічні гнізда пов'язане з понятійною системою відповідної системи знань» [29, 53]. Термінологічне гніздо включає як словотворче гніздо цього терміна, так і утворені від нього словосполучення. У рамках аналізованої терміносистеми виявлені 36 (1,5% від загальної кількості термінів) англомовних гніздообразуючих термінів-домінант, навколо яких групуються 496 термінів (майже 25% від усього термінологічного масиву).

Число термінів, що утворюють гніздо, коливається від 4 до 90 залежно від значущості гніздоутворювального терміна для сфери туризму.

Перейдемо до розгляду лексико-семантичних відношень в англомовній терміносистемі туризму.

1.5. Лексико-семантичні відношення в англомовній термінології туризму

Термінологія будь-якої галузі знання знаходиться завжди в стані кількісної і якісної зміни: застарівають і виходять із вживання одні терміни, виникають і впроваджуються інші; змінюється семантичний об'єм раніше відомих термінів; відбувається перерозподіл значень. Це говорить про активність лексико-семантичних стосунків у термінології, які протікають дещо відмінно від літературної мови.

«Якщо в загальній лексиці послідовно представлені такі явища, як полісемія, омонімія, синонімія, то в спеціальній лексиці вони мають свої особливості і обмеження. Так, в якості бажаних вимог для термінів виділяють однозначність, тобто одне слово – один сенс, що означає відсутність у терміна полісемантичних стосунків, омонімів, синонімів. На практиці все йде інакше. Термін не може позбавитися від матеріальної мовної форми, де усі ці стосунки неминуче є присутніми; проте термінологи роблять відбір синонімів, специфікацію омонімів, розділення полісемії для досягнення тих вимог, які пред'являються до терміна» [55, 175]. Розглянемо ці стосунки детальніше.

Будь-якій термінології, як і мові в цілому, властива синонімія лексичних одиниць.

Під синонімією прийнято розуміти збіг за основним значенням слів, морфем, конструкцій, одиниць фразеологізмів. При цьому відзначається, що синоніми:

- 1) виражають одно поняття;
- 2) розрізняються відтінками значення або стилістичним забарвленням, або тим і іншим;
- 3) здатні до взаємозамінюваності в контексті [53, 58].

У термінології синоніми співвідносяться з одним і тим же поняттям і об'єктом, вони не характеризують різні його властивості. Тому це явище деякі дослідники називають термінологічними дублетами (абсолютними синонімами) [65].

Проведене вивчення термінів туризму показало, що в досліджуваному корпусі синоніми становлять 20% серед англійських термінів туризму.

Головними причинами виникнення синонімів у термінологіях дослідники називають:

- 1) паралельне, що термінує поняття декількома дослідниками;
- 2) різні варіанти перекладу терміна;
- 3) наявність повного і короткого позначення одного поняття;
- 4) співіснування епонімних і звичайних термінів [80].

Розділ 1. Семантичний спектр англомовної туристичної термінології

Для туристської термінології найбільш характерна синонімія, що з'являється в силу перших трьох причин. Так, прикладами термінів-синонімів, що виникли в результаті паралельного поняття різними дослідниками, можуть слугувати такі терміни:

agrotourism – farm tourism

tourism in which tourists board at farms or in rural villages and experience farming at close hand. Agritourism has different definitions in different parts of the world, and sometimes refers specifically to farm stays, as in Italy. Elsewhere, agritourism includes a wide variety of activities, including buying produce direct from a farm stand, navigating a corn maze, picking fruit, feeding animals, or staying at a B&B on a farm. Agritourism is a form of niche tourism that is considered a growth industry in many parts of the world, including Australia, Canada, the United States, and the Philippines. Other terms associated with agritourism are «agritainment», «value added products», «farm direct marketing» and «sustainable agriculture» [275].

Поява синонімів в силу другої причини не характерна для англомовної термінології туризму, оскільки багато термінів запозичуються в інші мови саме з англійської і отримують різні переклади.

Для туристичної термінології характерна наявність повного і короткого позначення одного поняття, оскільки багатослівні терміни незручні через свою громіздкість: «вживання повних форм вступає в протиріччя з принципом мовної економії, згідно з яким у мові реалізуються лише окремі, оптимізуючі комунікацію мовні форми» [56, 58]. Тому в текстах з'являються короткі варіанти терміна, усічені форми, аббревіатури, а також еліптичні конструкції, коли замість повної форми терміна вживається одна з його складових частин.

У англійській термінології значне місце в створенні коротких варіантів термінів займає аббревіація:

DET – domestic escorted tour;

DIT – domestic independent tour;

FIT – foreign independent tour;

GIT – group inclusive tour;

VFR – visiting friends and relatives;

VR – visiting relatives;

RIH/LIT – rent it here, leave it there.

Необхідно визнати, що повні і короткі варіанти термінів є особливим випадком. У останні десятиліття склалася авторитетна думка, що ці форми не слід розглядати в якості синонімів, оскільки короткий варіант є вторинним, залежить від повного і за значенням, і за формою, а істинні синоніми існують на рівних правах, формально і семантично не обумовлюючи один одного [107, 168].

Таким чином, подібні терміни ми відноситимемо до термінологічних варіантів, мова про яких піде нижче.

Серед причин, що спричиняють наявність синонімів у термінології туризму, можна назвати і запозичення іншомовного терміна, коли функціонують терміни-дублети, один з яких є одвічним, а інший запозиченим.

У англomовної терміносистемі сфери туризму терміни-дублети іншомовного походження нечисленні:

conciierge(фр.) – head porter;

sommelier(фр.) – wine waiter;

plat du jour(фр.) – dish of the day.

З урахуванням рівня мовної системи відмічені такі види варіантів.

1. Графічні – терміни, що розрізняються тільки написанням. Подібного роду англійські синоніми представлені такими прикладами:

traveler – traveller;

pressurization – pressurisation;

familiarization trip – familiarization trip;

ravel catalog – travel catalogue;

traveler's check – traveller's cheque;

appetizer – appetiser;

camping site – campingsite.

Розділ 1. Семантичний спектр англомовної туристичної термінології

Зазначимо, що в англійській туристичній термінології наявність графічних варіантів обумовлена в першу чергу відмінностями між британським і американським варіантами мови.

2. Фонетичні – це варіанти, що розрізняються тільки вимовою. Подібного роду синоніми представлені в англійській мові у кількості 12,2% від загальних варіантів вибірки: *scheduled flight*, *valet parking*.

Як і в попередньому випадку, варіанти різної вимови термінів виникають через відмінності між британським і американським варіантами мови, що призводить до збільшення кількості фонетичних варіантів в англійській термінології сфери туризму.

3. Фонетико-графічні – варіанти, що розрізняються тільки вимовою і варіантним написанням однакових лексем. В англійській мові нами було виявлено декілька подібних варіантів (8%):

snorkeling – *snorkelling*;

agrotourism – *agritourism*;

barber's shop – *barber shop*.

4. Словотворчі – варіанти, що розрізняються афіксами дериватів або порядком дотримання елементів. В англійській вибірці цей тип варіантності представлений менш значно – всього 5%:

shopping tour – *shop tour*;

yachting tourism – *yacht tourism*;

camping site – *campsite*;

turning down – *turndown*.

5. Синтаксичні – варіанти-словосполучення, що відрізняються синтаксичною моделлю освіти (порядком слів і стосунками між ними). Подібного роду синоніми подані у кількості 10%:

date of departure – *departure date*;

date of arrival – *arrival date*;

country of origin – *origin country*,

6. Морфолого-синтаксичні – варіанти, один з яких є терміном-словосполученням або складним терміном, а інший – його короткий варіант, отриманий шляхом синтаксичних або

морфологічних перетворень. Виділяються такі різновиди морфолого-синтаксичних варіантів:

- Еліптичні, утворені пропуском одного з елементів багатокомпонентного терміна без зміни його значення:

farm stay tourism – farm tourism;

healthcare tourism – health tourism;

ground handling operator – ground operator;

day tripper – tripper;

world round tour – world tour;

scuba diving – diving;

same day visitor – day visitor;

open – date ticket – open ticket.

- Композитні, утворені складанням слів або основ багатокомпонентного терміна:

agricultural tourism – agritourism;

familiarisation trip – fam trip;

apartment hotel – apart hotel.

- Аббревіатурні, утворені складанням частин слів багатокомпонентного терміна або букв (акронімні варіанти).

Терміни цього типу досить характерні для англійської системи. В якості прикладів можна привести синоніми:

floatel – floating hotel;

corkage – cork charge;

motel – motor hotel;

VFR – visiting friends and relatives;

GIT – group inclusive tour.

Семантичний аналіз англійських термінів туризму показав, що характерним явищем досліджуваних одиниць є багатозначність. Далі розглянемо особливості полісемії туристичних термінів.

Під полісемією (багатозначністю) прийнято розуміти наявність у одного і того ж слова декілька пов'язаних між собою значень, що зазвичай виникають у результаті видозміни і розвитку первинного значення цього слова [48, 58].

Розділ 1. Семантичний спектр англомовної туристичної термінології

У нашому дослідженні з метою отримання точніших результатів полісемічним терміном ми рахуємо такий термін, який має декілька значень в межах цієї терміносистеми.

Нами вивчено 148 багатозначних туристичних термінів в англійській мові (7%).

Виявлені полісемічні терміни виникли в результаті термінологізації полісемічних слів і подальшого їх уточнення в туристичній термінології – 131 термін англійської мови, або 89%. Розглянемо декілька полісемічних термінів.

Полісемічним є англійський термін «*host*».

Це слово спочатку мало значення «*a person who has invited guests*» [285], потім воно було термінологізовано зі значенням «*the landlord of a hotel or inn, also sometimes of a restaurant*» [285]. Пізніше з розвитком сфери туризму це значення уточнювалося, внаслідок чого в англійській мові термін «*host*» має такі значення:

- a representative of the group(organizer) that may arrange optional excursions and answer questions but does not have escort authority [273]: *Your local host can suggest optional tours or ideas for independent exploring and dining;*
- liaison to the tour operator or tour manager [275]: *Acting only as a liaison for suppliers, the Host and DuCar International Tours are not responsible for damage, loss or theft, of luggage or personal belongings or personal injury accident and/or illness;*
- a representative who provides only information or greeting services or who assists at the destination with ground arrangements without actually accompanying the tour [275] *Your local host will arrange a Welcome Drink and tour briefing.*

Наступним семантичним відношенням, властивим термінології, є антонімія, що ґрунтується на протилежності

об'єктів або їх ознак. Цікаво відмітити, що, на думку ряду вчених, антонімія властива термінологічній лексиці навіть більше, ніж загальнолітературній лексиці: «справа тут не у більшій поширеності антонімії, а у важливості точнішого вираження протилежності, зокрема, таких її видів, як об'єкт і його заперечення, наявність або відсутність деякої ознаки у об'єкта або класу об'єктів» [109, 115].

У досліджуваній вибірці доля антонімії становить близько 10% (200 термінів) в англійській мові. Усі антоніми можна розділити на чотири групи, згідно з класифікацією, в основі якої лежить відмінність у вираженні контрасту в антонімічних парах.

Перша група **контрадикторних антонімів** включає термінологічні пари, члени яких взаємопередбачають і взаємовиключають один одного. У контрадикторну опозицію неприпустимо включення нейтрального члена. Контрадикторні терміни переважно представлені парами однокорінних термінів, один з яких містить в собі негативний словотворчий префікс, що мають значення відсутності або лишенности будь-якої ознаки, наприклад:

business guest – non – business guest;

budget hotel – non -budget hotel;

season – off- season;

accompanied baggage – unaccompanied baggage;

made room – unmade room;

flexible ticket – inflexible ticket.

До другої групи антонімів входять **комплементарні терміни-антоніми**: кожен член комплементарної опозиції характеризується позитивним змістом, не містить в собі негативних ознак. Комплементарні антоніми не заперечують один одного, а співвідносяться на основі контрасту ознак, які вони виражають. Вони доповнюють один одного до вираження меж прояву тієї або іншої ознаки. Пара

Розділ 1. Семантичний спектр англомовної туристичної термінології

комплементарних термінів не може бути розширена за рахунок нейтрального члена. Комплементарні антоніми представлені переважно в термінологічних словосполученнях, побудованих на стосунках роду і виду. Комплементарні терміни вичерпують смисловий зміст родового поняття, характеризуючи його в тому або в іншому аспекті:

public room – guest room;

domestic escorted tour – domestic independent tour;

domestic tourism – international tourism;

rural tourism – urban tourism;

through ticket – direct ticket;

scheduled flight – charter flight.

Третя група антонімів представлена **контрарними термінами-антонімами**, які мають на увазі деяку тотожність, загальний елемент, на якому ґрунтується їх функціональна схожість. Члени контрарного протистояння знаходяться у відношеннях протилежності, а не суворої опозиції, як у випадку з контрадикторними антонімами. Характерна риса контрарного типу – градуальність – дозволяє розширити антонімічну пару до ряду термінів, елементи якого розрізняються у міру прояву тієї або іншої ознаки. Різнокорінні контрарні терміни зазвичай доповнюються середнім членом, представленим словом з нейтральним значенням:

board – half-board – full board;

service – semi-self service – self-service.

До четвертої групи входять **терміни-конверсиви**, які принципово відрізняються від вище розглянутих типів антонімів, оскільки мають на увазі такий тип семантичного протиставлення, при якому різні поняття контрастують у логічному відношенні, будучи зворотними за своїм характером і спрямованості призначення позначення одного і того ж явища, дії. Члени конверсивної опозиції виражають зворотні, парні дії,

неможливі окремо. У туристській термінології антоніми-конверсиви нечисленні – всього дві пари:

vacancy rate – occupancy rate;

free house – tied house.

Таким чином, аналіз фактичного матеріалу показав, що в термінології сфери туризму англійської мови переважають терміни-антоніми контрадикторного, комплементарного і контрарного типу.

Як підсумок зазначимо, що для туристської термінології англійської мови характерні основні семантичні стосунки. Крім гіперо-гіпонімічних відношень, між конститuentами англомовної туристичної термінології зафіксовано синонімічні відношення (паралельне термінування певного поняття декількома дослідниками, різні варіанти перекладу терміна, наявність повного та короткого позначення одного поняття) та антонімічні відношення (представлені трьома групами: контрадикторні антоніми, комплементарні опозиції, контрарні терміни-антоніми). Ще однією характерною рисою досліджуваної англомовної туристичної термінології є наявність полісемії, що виникла в результаті розвитку початкового значення певного слова, переважно – розширення.

РОЗДІЛ 2

ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ СПЕКТР АНГЛОМОВНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ

2.1. Загальна характеристика вибірки

Матеріалом дослідження слугувала вибірка з таких англomовних он-лайн путівників: *World Travel Guide*, *Travel to Ukraine (the Official Travel Website and Guide to Ukraine)*, *Lonely Planet*, *World Atlas*, *World Travels*, *the Town Guide*.

Туристичний путівник (*travel guide*) визначається як друкована книга, електронний чи аудіовізуальний довідник, який присвячений певній країні чи місту, містить інформацію щодо географічних, історичних, культурних особливостей країни, її пам'яток, наявних видів проживання, харчування, транспорту та розваг і зазвичай супроводжується ілюстраціями, схемами, картами [98].

У лінгвістиці путівник розглядається як жанровий різновид туристичного дискурсу (Н.В. Філатова [192]). Характерними рисами туристичних путівників є високий ступінь узагальнення, точність, інформативність та імперсональність. Основними функціями путівників є інформативна (представлення фактуальної інформації) та рекламна (створення позитивного образу певного туристичного об'єкта, що має на меті зацікавити потенційного туриста щодо його відвідання). Саме цими функціями зумовлений вибір лексичного складу туристичних путівників.

Текст путівника понад усе тяжіє до таких жанрів публіцистичного стилю, як нарис і журнальна стаття. Виходячи з цього, до найбільш релевантних характеристик цих жанрів в англomовному путівнику відносяться використання в

пропозиціях займенника «І», що виражає власне – авторську, незалежну від інших точку зору [192].

Однією з найбільш яскравих рис публіцистичного стилю є використання власних імен, географічних назв і топонімів, разом з емотивними словами і словосполученнями з позитивною конотацією, узуальними метафорами та порівняннями. Пропозиції, хоча і досить лаконічні за своїм змістом, є дуже складними по своїй синтаксичній організації, що має на увазі широке використання союзів. Ділення на абзаци чітко структуроване [98].

У передмові до путівника або вітальної статті, яка є однією із структурних складових путівника, також знаходять своє відображення риси публіцистичного стилю. По-перше, це пряме звернення до читача, з метою встановлення з ним безпосереднього контакту. По-друге, це широке використання риторичних питань. Публіцистичний стиль зближується з функціональним стилем реклами, оскільки їх основна мета – це функція переконання адресата (в нашому випадку – читача-туриста, потенційного споживача товару (культурно-історичної пам'ятки) [192].

Особливості науково-популярного стилю також знайшли своє відображення в тексті путівника, оскільки він прагне надати читачеві детальнішу фактуальну інформацію про пам'ятки і максимально розширити його фонові знання [192].

Мові путівника властива логічність, послідовність, монологічний характер викладу. Лексику путівника складають три основні пласти: загальнонавчальні слова, загальнонаукові слова і терміни [98].

Характерною особливістю путівника є широке вживання локативної лексики, яка зустрічається як в основному тексті, так і в підписах-коментарях до фотографій, а також використання кліше і виразів, які допомагають швидше досягнути логіку викладу. На відміну від мови наукової прози, в тексті путівника трапляються слова високої оцінки. Нерідко опис будь-якої деталі пам'ятки ґрунтується на порівнянні, у поєднанні з

Розділ 2. Функціональний спектр англомовної туристичної термінології

розгорнутою тематично однорідною метафорою. Авторське «Я», замінене авторським «МИ», показує шанобливіше ставлення до відвідувача, деяка єдність з ним [192].

На синтаксичному рівні перважним засобом реалізації науково-популярного стилю в тексті англомовного путівника є, передусім, паралельні конструкції і складнопідрядні речення з розгалуженою системою підрядних речень. Синтаксичний паралелізм може поєднуватися з анафоричним повтором. Такий прийом, як цитата – є центральним в англомовному путівнику [192].

Різноманітні путівники мають канонічні риси науково-популярного стилю, що проявляється як на основних рівнях мови, так і на основних рівнях структури. Проте, на відміну від наукового стилю викладу, що виконує тільки інтелектуальну функцію, путівник одночасно з інформативною функцією реалізує і функцію емоційно-естетичної дії [192].

Слід зазначити, що такі різновиди путівників, як проспект і буклет практично не несуть в собі риси наукового стилю, оскільки їх завдання – притягнути увагу туриста. Цьому різновиду путівника більшою мірою властиві риси функціонального стилю реклами.

Ознаки одного функціонального стилю повторюються в ознаках інших функціональних стилів, що повною мірою відноситься і до нашого матеріалу і ще раз підтверджує затвердження дослідників про здатність функціональних стилів до взаємодії і взаємопроникнення.

Зазначене підтверджує міжстильовий характер путівника, забезпечуючи йому, тим самим, статус міжстильового мовного утворення [192].

Англомовний путівник розглядається як семіотично ускладнений текст з точки зору його типологічних особливостей композиції, з одного боку, і як міжстильового утворення, з іншого боку.

У лінгвістичних працях також досліджувалася лінгвокультурна специфіка британських і американських путівників [192].

Розподіл путівників на два основні типи (рекламно-довідкові і довідково-рекламні, з одного боку, і інформаційно-рекламні і довідково-енциклопедичні, з іншого), показав, що основними специфічними лінгвокультурними характеристиками британських путівників, незалежно від їх типу, є прагнення показати унікальність і неповторність пам'яток, що безперечно є історичною і культурною цінністю. Американські путівники демонструють прагнення громадян США до свободи, демократії, соціальної і расової рівності. При цьому всі путівники цих країн містять інформацію для громадян з обмеженими можливостями [192].

Аналізуючи типологічні складові англомовного путівника зазначемо, що останній є семіотично ускладненим текстом, який є креолізованим текстом, з різною мірою і характером креолізації, причому тип путівника впливає на співвідношення і взаємозалежність вербального і невербального компонентів.

При дослідженні інтертекстуальних параметрів виявлено основні види і функції прецедентних явищ у тексті англомовного путівника, що дало можливість виявити способи реалізації категорії інтертекстуальності в семіотично ускладненому тексті. До основних прецедентних явищ у досліджуваному матеріалі відносяться: пряма і алюзивна цитати, алюзія і алюзивна власна назва, епіграф і пародія як окремий випадок.

Проведений аналіз показав, що англомовному путівнику, незалежно від його типу, властиві основні гіпертекстові характеристики, а саме, дисперсність структури, в якій виділяється гіпертекстове ядро, що містить базову інформацію, і периферію, в завдання якої входить повідомлення додаткової інформації про той або інший артефакт. Зв'язок між цими компонентами здійснюється за рахунок ключових слів у всіх типах путівника і змісту (у путівнику другого типу). Найбільш частотними видами гіпертексту в англомовному путівнику є однонаправлені посилання і самостійні блоки лінгвокультурної інформації, що розширюють фонові знання читача-туриста [98, 192].

Розділ 2. Функціональний спектр англомовної туристичної термінології

Дослідження функціонально-стилістичної специфіки путівника дозволило віднести його до тексту нежорсткого типу на підставі того, що путівник, залежно від його типу, поєднує в собі, різною мірою, риси функціонального стилю реклами, публіцистичного і наукового стилів [192].

Слід зазначити, що структура проаналізованих електронних путівників ідентична. Вони насамперед містять загальну інформацію про Україну, яка розміщується на головній сторінці путівника. Наприклад:

«Vast and vaguely mysterious, Ukraine is barely known to outsiders despite being one of the largest countries in Europe. Long associated with its colossal neighbour Russia, it's a country of varied landscapes and surprising cultural diversity. The Carpathian Mountains that spill over the border with Poland, Hungary and Romania dominate the west of the country while flat plains carpeted with sunflowers and cereals make up much of the central and eastern region. To the south are the almost Mediterranean-like Black Sea coast and the Crimean Peninsula, which remains a huge draw for holidaymakers every summer. Ukraine's capital, Kiev, founded in the eighth century, displays a heady mix of architecture befitting of a city that was once capital of Kievan Rus, the precursor of the modern Russian state. A wealth of baroque and Renaissance architecture can also be found in Lviv, one of Europe's oldest cities, while Odessa is probably best known for the Potemkin Stairway that featured in Sergei Eisenstein's epic film The Battleship Potemkin» [279].

Як бачимо з даного прикладу, у цьому блоці інформації укладачі путівника намагаються надати якомога більше фактів та описів місць, які б могли зацікавити потенційного туриста.

Цікавим є залучення вражень конкретного подорожувальника від України та посилання на нещодавні спортивні чи розважальні події, які проводилися в нашій країні, наприклад, чемпіонат Європи з футболу 2012 року:

«Despite their often glum reticence and initial distrust of strangers, the Euro 2012 football championships proved what

travellers to the country have known for years – that Ukrainians are, when given the chance, one of Europe's most open and hospitable nations. Break down that reserve and you'll soon be slurping borshsch in someone's Soviet-era kitchen, listening to a fellow train passenger's life story or being taken on an impromptu tour of a town's sights by the guy you asked for directions. Much social interaction takes place around Ukraine's hearty food, always brought out in belt-stretching quantities» [279].

Всі джерела дослідження містять короткі відомості про історію країни, особлива увага при цьому надається сучасному стану речей:

*«Ukraine has long been associated with its much larger and more powerful neighbour **Russia** and first came under Russian control in the 1650s when the only real alternative was invasion by the Poles. By the 19th century, although the western part of Ukraine was under Austro-Hungarian control, the remainder (and majority) became part of the Russian Empire. After various attempts at independence around the period of the 1917 Russian Revolution, Ukraine became a republic within the USSR and its territory enlarged slightly around the time of World War II. In 1986 the accident at the Chernobyl nuclear plant in northern Ukraine brought worldwide attention, and was arguably a significant factor in accelerating the collapse of the Soviet Union. Full independence came with the breakup of the Soviet Union in 1991, but Ukraine's foreign relations are still dominated by the Russian Federation, a fact which displeases many of the country's ethnic Ukrainian population» [279].*

Найбільше укладачі досліджуваних путівників приділяють описові культурних особливостей нашої країни. Так, зокрема, всі джерела містять інформацію стосовно релігійних конфесій:

«Religion:

About 60% of Ukraine's population claim to be either not religious or do not identify with a particular church. Around 15% are members of the Kyiv Patriarchate of the Ukrainian Orthodox Church while 11% belong to the Moscow Patriarchate. Another

Розділ 2. Функціональний спектр англомовної туристичної термінології

5%, mostly in western Ukraine, adhere to the Uniate (Eastern-rite) or Ukrainian Greek Catholic tradition. Other minorities include the Ukrainian Autocephalous Orthodox Church, the Roman Catholic Church and various Protestant groups. There is also a Muslim minority (mainly consisting of Tatars in Crimea), which makes up 12% of the population» [280].

Крім цього, укладачі путівників наголошують на практичних порадах стосовно поведінки іноземця в Україні, його сприйняття господарями та на нормах соціальної поведінки.

Це добре ілюструється такими прикладами:

«Social conventions:

Ukrainian people are generally warm and friendly to visitors. It is not at all uncommon for Ukrainians to invite strangers into their own homes. Shoes should be removed on entering a home. Formal attire is rarely required, though people dress smartly for the theatre. Visitors should avoid ostentatious displays of wealth in public places. Men should not shake a woman's hand unless it is offered to them. Women should cover their heads when entering a church or mosque» [282].

До важливої з практичної точки зору інформації відносимо також відомості стосовно кліматичних особливостей України:

«Ukraine has a temperate continental climate with cold, snowy winters and warm summers. Summer is generally the best time to visit (between June and September), although it can occasionally be uncomfortably hot and many hotels do not have air conditioning. The northeast of Ukraine has the coldest winters and the Crimean peninsula has the warmest temperatures. Lightweight clothes needed in summer, light- to mediumweight in the spring and autumn and heavyweight in the winter» [284].

Як бачимо, даний блок інформації закінчується практичною порадою щодо необхідних речей для подорожуючого у різні пори року.

До «енциклопедичної» інформації про Україну уналежнюємо також і відомості стосовно її географічного розташування із вказанням країн-сусідів та найважливіших водойм:

«Ukraine is bordered by the Russian Federation to the north and east; Belarus to the north; Poland, the Slovak Republic and Hungary to the west; and Romania and Moldova to the southwest. It is a varied country with mountains in the west, plains in the centre and the Black Sea views to the south. The north of the state is dominated by forests. Its other two main features are wooded steppe with beech and oak forests and the treeless steppe. The River Dnieper divides Ukraine roughly in half, and flows into the Black Sea» [283].

Така довідкова інформація, як зазначення державних свят, також має практичну спрямованість – таким чином туриста сповіщають про вихідні дні в офіційних установах та можливості стати свідком святкування.

«There are a number of national holidays in Ukraine which are celebrated with gusto. Unlike in some other countries, most of these days have been enjoyed for centuries. Christmas, Easter and Whitsunday are non-business religious holidays – something worth remembering if you're planning to do some shopping or attempting to make business arrangements. It is a law in Ukraine that if a particular holiday falls on a Saturday or Sunday, then the following Monday is an official holiday. This means that the people of Ukraine still get their well-deserved rest even if celebrations take place during the weekend. We have provided a list of the eight national holidays celebrated in Ukraine each year to help you make better travel arrangements» [280].

Обов'язковим елементом структури всіх туристичних путівників України є наявність специфічних відомостей про правила в'їзду та терміна перебування іноземних громадян в нашій країні.

Розділ 2. Функціональний спектр англомовної туристичної термінології

«Passports:

To enter Ukraine, a valid passport is required by all nationals referred to in the chart above. As a general rule, visitors requiring visas should apply before travelling. The passport must have two blank pages and must be valid for three months after the date of departure from Ukraine.

Non-Russian visitors to Crimea, who as of 1 April 2014, now require a Russian visa to exit and enter the territory.

Nationals not referred to in the chart are advised to contact the embassy to check visa requirements for Ukraine. Single-entry visa: US\$85; double-entry visa: US\$130; multiple-entry visa: US\$200» [279].

До цієї групи відомостей відносимо також і правила імпортування та експортування певних товарів, розміщення яких на сайті має на меті попередження проблем туриста при проходженні кордону:

«Banned imports: Illegal drugs and unlicensed firearms.

Banned exports: Illegal drugs and unlicensed firearms. You must obtain authorisation to export cultural goods» [279].

Зазначимо, що цей блок інформації постійно оновлюється і надає відомості про останні зміни стосовно візової політики держави:

«As of February 2014, foreign visitors to Ukraine must be able to show proof of sufficient funds to cover their stay. You must have at least US \$100 per day plus a five-day reserve of US \$500. Your proof can be in the form of cash, bank or credit card statements showing the appropriate balance, a confirmed accommodation booking, a tourist voucher, a letter of invitation from a sponsor stating he/she will cover your costs while in Ukraine, or a return/onward ticket» [283].

До суто практичних довідкових відомостей відносимо також інформацію про медичну допомогу, на яку можуть розраховувати іноземні туристи в реаліях сучасної України:

«The health service does, in theory, provide free medical treatment for all citizens and travellers who become ill. However, as

in most parts of the former Soviet Union, health care is a serious problem. For minor difficulties, visitors are advised to ask the management at their hotels for help. For major problems, visitors are well advised to seek help outside the country. The UK and Ukraine have a bilateral agreement on emergency medical treatment, so UK travellers should not need to pay an insurance levy on arrival. Travel insurance is strongly recommended however. It is advisable to take a supply of those medicines that are likely to be required (but check first that they may be legally imported) as medicines can prove difficult to obtain. Travellers are advised to contact their embassy, in the first instance, for advice on where to get medical help» [279].

Слід відзначити, проаналізовані путівники розміщують інформацію, що виконує до того ж і функцію попередження про можливі ризики для туриста. Так серед факторів, які можуть спричинити проблеми зі здоров'ям, зазначаються такі:

«Food and drink:

*Water used for drinking, brushing teeth or making ice should have first been boiled or otherwise sterilised. Milk is pasteurised and dairy products are safe for consumption. Only eat well-cooked meat and fish, preferably served hot. Vegetables should be cooked and fruit peeled. Street food is generally safe if it is fresh and hot. Freshwater fish and mushrooms or berries gathered in the area around Chernobyl north of **Kiev** are best avoided.*

Other risks:

Vaccinations against tuberculosis and hepatitis B are sometimes advised. Tick-borne encephalitis is quite common in the Ukrainian countryside between April and August. Visitors should take precautions against ticks in forested areas by wearing long sleeves and trousers and a hat» [282].

Велику увагу укладачі путівників зосереджують на питаннях, що стосуються обігу валюти. Так, туристичні путівники наводять інформацію про валютну одиницю України:

Розділ 2. Функціональний спектр англомовної туристичної термінології

«Currency information:

Hryvnya (UAH) = 100 kopyok (singular: kopyka). Notes are in denominations of UAH500, 200, 100, 50, 20, 10, 5, 2 and 1. Coins are in denominations of UAH1 and 50, 25, 10, 5, 2 and 1 kopyok» [279].

- можливість застосування кредитних карток та наявність банкоматів:

«Credit cards:

Although still largely a cash economy, credit cards are becoming increasingly more accepted for the payment of goods and services, however, cheaper restaurants and hotels will not usually accept them. Travellers should be aware there is a high level of credit card fraud. ATM: ATMs are increasingly common throughout Ukraine, in towns as well as cities, and are generally reliable» [279].

- особливості обігу туристичних чеків:

«Travellers cheques:

Not generally advised as they can be difficult to exchange. If taken, they should be made out in US Dollars» [284].

- інше:

«Currency restriction:

The import of local currency is limited to UAH1,000. Amounts over UAH1,000 require a customs form. The export of local currency is limited to UAH85. The import of foreign currency is limited to US\$10,000 and any amounts exceeding US\$1,000 require a customs form. The export of foreign currency is limited to US\$1,000, or US\$5,000 with permission of an authorised bank» [281].

«Currency exchange:

Money should only be changed at currency booths on the street or in banks. It is advisable to keep receipts showing money changed. Changing money with black-market traders is not recommended and can be dangerous» [280].

Далі традиційними структурними елементами путівників є надання інформації стосовно варіантів проживання в

Україні, який розпочинається загальним описом готельного фонду країни:

«Not long ago, most hotels in Ukraine were former Soviet institutions where little had changed for decades. These days, many of the older establishments have been either closed or refurbished to a decent standard offering a range of rooms of varying quality and price. In larger towns and cities, especially in Kiev, Odessa, Lviv and Yalta, there is also a new generation of hotels offering the same high standards found elsewhere in Europe» [282].

Важливу інформаційну функцію виконує також зазначення варіантів пересування країною. Практична значущість цього блоку відомостей підсилюється посиланнями на фірми, які, наприклад, пропонують оренду автомобілів:

«Self-drive hire cars are gradually becoming more available, with both local and international car hire operators renting cars in major towns, especially Kyiv. Several international companies, including Europcar (www.europcar.com), Hertz (www.hertz.ua) and Avis (www.avis.com.ua) offer car pick-up at airports. The minimum age for hiring a car is 21 years» [284].

Поєднання рекламної та інформаційної функції спостерігаємо у блокові інформації, який наводить відомості щодо особливостей української національної кухні та закладів харчування, доступних у країні:

«Traditional Ukrainian food, such as that in Russia, is mostly of the 'filling and hearty' variety, with a heavy emphasis on dumplings, potatoes and sour cream. Vegetables tend to be seasonal: excellent fresh fruit and vegetables including peppers, cucumbers and tomatoes are available at markets in summer, while the winter months are dominated by bottled fruit and preserved cabbage. Pizza places are ubiquitous and in the larger towns (especially Kiev) visitors have a wide choice of cuisines that includes French, Indian, Italian and Turkish. Asian restaurants can also be found in the larger urban centres» [280].

Розділ 2. Функціональний спектр англомовної туристичної термінології

Подібне поєднання інформативної та рекламної функцій зафіксовано також і в описові видів та можливостей провести дозвілля, наприклад:

«Opera is performed in the ornate theatres of Kiev, Lviv and Odessa. Ukrainians have a deep-rooted musical tradition and singing is very popular. Most cities offer opportunities to experience live music performances (rock, folk and jazz) and some of the more upmarket restaurants, in Kiev and Odessa especially, stage live music at weekends. Most cities also have good musical comedy, puppet-theatre and troupes performing theatrical works in Ukrainian and Russian. Tickets are cheap by Western standards and readily available on the day of performance at the box offices. Prominent visiting artists most often perform in Kiev's vast Ukraine Theatre, where prices are higher. For party animals, Kiev has an animated nightclub and disco scene, some of which operates from barges on the Dnieper River» [279].

Крім цього, путівники надають фото- й відеоматеріали, що ілюструють наведену інформацію, та розміщують рекламу готелів, ресторанів, нічних клубів і туристичних агенцій.

Слід підкреслити, що спільною рисою всіх досліджених путівників є фокусування на тих об'єктах, які увиразнюють унікальність, автентичність української культури. Це, насамперед, стосується опису міст. Укладачі путівників широко використовують такі стилістичні прийоми, як епітет і метафора, що бачимо на прикладі опису Львова:

«Discover gorgeous Lviv, an open-air museum of extraordinary architectural wealth» [283].

Відзначимо, що в даних описах поєднуються декілька інформаційних пластів. Проілюструємо це спостереження на прикладі інформації про Київ, що міститься у путівниках. Спочатку наголошується на красі міста, яка має приголомшити туриста та стати для нього несподіванкою:

«Your first impression of Kyiv is bound to be one of surprise. This cradle of all that is Russian, this receptacle of 'New Ukrainian' wealth, this paradise of crooked politicians and

gangsters is so...beautiful. Especially if you arrive in the summer, Kyiv will entice you the moment you gaze upon its gold domes lighting up the leafy banks of the Dnipro» [280].

Далі наголошується на унікальності міста, яка полягає в поєднанні стародавніх традицій із сучасними реаліями Києва:

«Kyiv's original settlers surely chose this spot 1500 years ago because of its natural beauty. Modern-day Kyiv is part Kyivan Rus, part Soviet, part Ukrainian-nationalist and part capitalist mayhem. Turn-of-the-20th-century architecture mixes with Soviet monumentalism and flashy office buildings; Of course there is a tinge of truth to those gangster stereotypes, as anybody who's anybody in the often shady world of Ukrainian business maintains a private apartment in the capital. Aggressive drivers and late-model BMWs are the norm. Smiles can seem in short supply» [280].

І наприкінці презентації Києва автор радить туристам, чим саме найкраще зайнятися в Києві, щоб сповна насолодитися його атмосферою:

«But the churches and trees and architecture and parks and history have a way of making up for all that. By all means do the typical tourist stuff: check out the mummified monks of the Lavra or visit the charming street of Andriyivsky uzviz. But also leave time to join the ever-present local crowds simply drinking in the atmosphere. Wander through hilltop parkland overlooking the Dnipro River and Soviet-built suburbs on the far bank. Or, in summer, set out your towel on the city beaches of Hydropark. Stroll along the main street of Khreshchatyk, eat well, have a beer, go clubbing – that's when this whirlwind of a city really sweeps you off your feet» [280].

Унікальність країни також підкреслюється описом численних споруд, пам'яток архітектури, які потенційно мають зацікавити туриста. Серед них перше місце посідають церкви та собори, що зумовлено культурно-історичною спадщиною України. Відзначимо, насамперед, описи Києво-

Розділ 2. Функціональний спектр англомовної туристичної термінології

Печерської лаври та Софійського собору в Києві:

«Kiev-Pechersk Lavra (the Caves Monastery) is a fascinating living piece of history dating back to 1051» [283],

«St Sofia Cathedral

See the 11th-century St Sofia Cathedral, which contains splendid icons and frescoes and is situated in beautiful grounds. The Cathedral of St Vladimir is the headquarters of the rival pro-Ukrainian church» [282].

Як бачимо, знову таки велика роль у створенні позитивного образу цих споруд відводиться епітетам.

Поряд із історичними спорудами, укладачі путівників радять туристам навідатися і до більш сучасних пам'яток, зокрема, Мистецького Арсеналу:

«Mystetskyi Arsenal

Once an abandoned military arsenal building in the middle of the city, Mystetskyi Arsenal has been transformed into Kiev's

Як видно, у даних описах всіляко підкреслюється унікальність і колорит цих відомих місць.

Не оминаються увагою також і природні об'єкти, наприклад, досить розгорнутий опис присвячений заповіднику Асканія Нова:

«The 2300-hectare Askaniya Nova Reserve is a vast plain populated by roaming buffalo, playing deer and antelope, as well as sturdy, wild Przewalski's horses and other exotic species. It was the brainchild of a 19th-century German settler who acted on his slightly mad idea of importing animals from different continents to this unique natural steppe. In addition to the above-mentioned animals, there are zebras, camels, gnus, rare Central Asian Saiga antelopes and all manner of birds, from pink flamingos to rare steppe eagles. These animals live in incongruous harmony on what is Europe's largest remaining natural steppe. This is what the Ukraine of the Cossacks looked like – a parched, isolated, sprawling, yellow expanse. It evokes the central plains of Africa, and, as in Africa, the best way to see the animals is on a safari. If you can't get on a safari tour, Askaniya Nova is still of interest for its zoo, its botanic garden, and its austere beautiful landscape» [284].

Як бачимо, це визначення також акцентує унікальність заповідника та порівнює його із популярними сафари-парками в Африці.

Ще одним аспектом, який робить візит до України унікальним, є артефакти, які можна придбати чи побачити. Путівники наводять перелік популярних сувенірів, які мають національний колорит:

«Popular souvenirs include hand painted eggs (pysanky), carved wooden items and hand-embroidered clothes» [283];

«Religious artefacts can make a good purchase, but it should be remembered that it is illegal to take antique objects out of the country. Soviet-era souvenirs are another popular buy although many of these have actually been manufactured recently abroad in countries like China. The buying of fur products is not to be encouraged as these may come from endangered species» [283].

Розділ 2. Функціональний спектр англомовної туристичної термінології

Знову ж таки фіксуємо практичні поради туристам поряд із описом артефактів.

У досліджених путівниках акцентується також на тому, що Україна в цілому залишається незвіданою для європейського та американського туриста:

«Big, diverse and largely undiscovered, Ukraine is one of Europe's last genuine frontiers, a poor nation rich in colour-splashed tradition, warm-hearted people and off-the-map travel experiences» [284].

2.2. Особливості функціонування англомовної туристичної термінології у путівниках по Україні

Що стосується особливостей функціонування термінологічної лексики у розглянутих путівниках, нами загалом було зафіксовано близько 200 термінів, що вживаються у даних джерелах понад 1000 разів. Проведений аналіз функціонування туристичної термінології в даних путівниках показав, що в них представлено всі виокремлені в структурі терміносистеми «туризм» мікрополя. Інформативна функція туристичного путівника та стислість викладу зумовлює наявність та рівень репрезентативності певних ЛСГ у складі цих мікрополів. Розглянемо особливості репрезентації кожного виділеного в структурі термінологічного поля «туризм» мікрополя.

2.2.1. Мікрополе «організація туризму»

Проведений аналіз показав, що у досліджених путівниках доволі широко представлене мікрополе «*організація туризму*».

Серед елементів ЛСГ «*учасники туризму*» найчастотнішими термінологічними одиницями є *tourist, tour operator, travel agency*, наприклад:

«Ukraine is unspoiled by the tourist masses. You can explore UNESCO World Heritage sites with locals and then tuck into a traditional meal for just a few dollars» [282].

«The following tour operators offer interesting travel packages and holiday advice on Ukraine» [283].

Наступна група – ЛСГ «види туризму» представлена декількома термінологічними одиницями, зокрема, *religious tourism, farm stay tourism*, наприклад:

«The site covers all types of tourism – from the extreme outdoor activities to the recreational trips and excursions» [283].

Одним із видів туризму, що активно розвивається у світі в цілому і в Україні зокрема, є поїздки на певні події:

«Event tourism is a type of tourism, where the main motivation for a trip is visiting a particular event. The peculiarities of this type of tourism are the uniqueness of each trip, unforgettable impressions and festive atmosphere. When it goes about a large-scale event, it stimulates the development of infrastructure of a region and revenues from tourism, so the region receives benefits from certain events. The event tourism often involves a cognitive component and discovering of the local culture. It can be classified by the type of event and by its scale. This kind of tourism is quite promising in Ukraine, taking into account its long history and rich traditions specific for each region. In 2011 more than 400 festivals of various scale and thematic focuses were held in Ukraine. There are events of regional, national and international scale. Among the events that attract tourists the most popular are sports competitions, music concerts, themed festivals, national festivals, carnivals, reconstruction of historical events etc» [283].

Найбільш представленою у проаналізованих путівниках є ЛСГ «туристична документація». Найчастотнішими за вжитком термінологічними одиницями є: *passport, visa, immigration card, residency permit, health insurance, international driving permit*. Це пояснюється фокусуванням уваги путівників на правилах в'їзду та перебування іноземних

Розділ 2. Функціональний спектр англомовної туристичної термінології

туристів на території країни. Зазначимо, що поряд із загальними відомостями, путівники наводять також рекламу певних агенцій, які допомагають оформити візу та ін.

Наведемо деякі приклади:

«Visa Agencies: Avoid the stress and queues, get a visa agency to arrange your visa.

Travel Visa Pro, San Francisco, USA [866, p. 378–1722].

www.TravelVisaPro.com

Passport/Visa Note: Applicants for tourist visas require a letter of confirmation from a hotel or tour company; for business visas a letter of invitation from a company or organisation in the Ukraine is required. On arrival, all foreign nationals must fill in an Immigration Card, to be presented when entering and leaving the country. All visitors must possess return/onward tickets. It is highly recommended that passports have at least six months validity remaining after your intended date of departure from your travel destination. Immigration officials often apply different rules to those stated by travel agents and official sources» [282].

Отже, вузькоспеціальна термінологічна лексика, до якої належать конституенти мікрополя «організація туризму» досить широко подана у досліджуваних словниках, особливо ЛСГ, які містять номінації, що позначають учасників туризму, його види та туристичну документацію.

Водночас, ЛСГ «організаційні процедури» не представлена в даних путівниках, оскільки вона репрезентує більш специфічну і детальну інформацію, з якою турист стикається в процесі взаємодії з туристичною агенцією тощо.

Що стосується ЛСГ «реклама туристичних послуг», то вона представлена власне термінологічною одиницею «travel guide».

Розглянемо особливості функціонування конститuentів мікрополя «організація проживання» у досліджених путівниках по Україні.

2.2.2. Мікрополе «організація проживання»

Характерні для путівників риси стислості й узагальнення зумовлюють також й особливості функціонування мікрополя «*організація проживання*», яке представлено у вибірці лише однією ЛСГ «*mini готелів*» (*hotel, hostel, five-star hotel, homestay, camping, self catering*), тоді як інші ЛСГ («*mini номерів*», «*готельні послуги*» та ін.) не є релевантними для туриста внаслідок своєї детальності.

Так, укладачі путівників детально зупиняються на варіантах проживання, наявних в Україні. Одні з них наводять загальний опис варіантів житла, тоді як інші – обмежуються переліком назв готелів у різних містах та наводять їх контактні дані. Наведемо деякі приклади.

«*Hotels:*

Not long ago, most hotels in Ukraine were former Soviet institutions where little had changed for decades. These days, many of the older establishments have been either closed or refurbished to a decent standard offering a range of rooms of varying quality and price. In larger towns and cities, especially in Kiev, Odessa, Lviv and Yalta, there is also a new generation of hotels offering the same high standards found elsewhere in Europe» [283].

Поряд із традиційними готелями, путівники зазначають також альтернативні варіанти проживання, зокрема, кемпінг:

«*Camping:*

Campsites are sometimes available on the outskirts of cities but the sites tend to be rather institutional affairs. In the Carpathian Mountains, and occasionally elsewhere, campsites often have wooden chalet-like huts available for rent. A few of the better-equipped camping and caravanning sites have swimming pools, but most are quite basic. Wild camping is possible in mountainous rural areas, although some areas are restricted. Some adventure travel agencies are able to rent out camping gear to visitors» [282].

Розділ 2. Функціональний спектр англомовної туристичної термінології

Все більшою популярністю користуються дешеві варіанти проживання, серед яких, зокрема, туристичні хостели:

«Backpacker hostels: These are on the increase in Ukraine, especially in Kiev, Lviv, Odessa, Crimea and the west of the country, where many have appeared in recent years. Most of these are cheap and cheerful converted city apartments that offer centrally located dormitory accommodation, kitchen and shared facilities for a low price» [283].

Для молоді, що подорожує країною, досить швидко розвивається мережа молодіжних хостелів:

«Youth hostels: There are a growing number of youth hostels in Kiev, Lviv, Odessa, Chernivitsi, Uzhgorod, and Balaclava (Sevastopol). They are all run by the Youth Hostel Association of Ukraine, and while not all are of Western standard for hostels, they offer excellent value. These can be pre-booked online at the Hostelling International website (www.hihostels.com.ua). Breakfast is usually available and all have self-catering facilities» [279].

Своєрідною родзинкою, характерною для українського ринку туристичних послуг серед зазначених варіантів проживання укладачі путівників вважають декілька видів розміщення. По-перше, це можливість проживання в приватному помешканні у сільській місцевості для любителів піших прогулянок:

«Rural farmstay accommodation: This is an evolving sector in some parts of the country, especially in the Carpathian Mountains of the west and in Crimea. They offer bed and breakfast accommodation in rural areas at low prices and are ideal for those interested in hiking or in observing traditional rural life. English is rarely spoken and so communications with host families may not always be straightforward. Nevertheless, they do offer a unique experience and the opportunity to observe traditional rural life at close quarters» [284].

Для тих туристів, які хочуть зупинитися у великому місті, є можливість орендувати приватну квартиру. Путівники наводять інформацію про те, де можна це зробити і застерігають від можливих ризиків:

«Self catering: A good way to save money on a long city stay, renting an apartment usually offers much better value for money than an extended budget hotel stay. Private companies advertise short-term apartment stays and at railway stations there are often women offering an apartment (kvarтира) or room (komnata) to rent. Always insist on inspecting the property first before handing over money» [280].

Різновидом проживання є оренда кімнати в приватному помешканні:

«Homestay: A room in a private home is an excellent accommodation option in Ukraine as the people are friendly and hospitable, and prices tend to be far more reasonable. However, there is no organisation as such that arranges rooms in private homes. Instead, visitors can ask around, as the savings and greater comfort may be well worth the effort (as long as due caution is observed). Bus and train stations are usually the best places to find people advertising kvartiry (flats) or komnati (rooms)» [280].

Таким чином, особливості представленості даного мікрополя у путівниках по Україні зумовлені соціальними реаліями нашої країни. Зазначимо також, що зафіксовані термінологічні одиниці мають узагальнююче значення, а їх різновиди досить рідко вживаються.

2.2.3. Мікрополе «організація перевезення»

Багато уваги укладачі путівників приділяють інформації, яким чином можна дістатися України та способам переміщення всередині країни. Саме тому мікрополе «*організація перевезення*» та його структурні підрозділи досить широко представлені в нашій вибірці.

Розділ 2. Функціональний спектр англомовної туристичної термінології

Насамперед, відзначимо велику репрезентативність ЛСГ «повітряне перевезення» (*airport, airline*). Досліджені путівники наводять інформацію про національні та міжнародні авіалінії та перельоти, які ними здійснюються:

«Flying to Ukraine

The national carrier is Ukraine International Airlines (PS) (tel:(44)581 5050;www.flyuia.com/eng/uk).

Aerosvit (VV) (tel: (44) 490 3490; www.aerosvit.ua/eng) operates domestic routes as well as serving a number of international destinations that include New York. However the company has stopped direct flights between Berlin-Tegel and Dnipropetrowsk.

Wizzair Ukraine (WU) (tel: 0906 959 0002 in the UK; http://wizzair.com) flies between Kyiv, Simferopol and various European cities. Prices tend to be higher in July and August. Flight times: From London to Kyiv is 3 hours 20 minutes; from New York, 9 hours 50 minutes» [283].

Окремим блоком наводиться інформація стосовно основних аеропортів України, наприклад:

«Boryspil International Airport

Airport Code: KBP. Location: Most international flights arrive and depart through terminal B, 40km (25 miles) east of Kiev. Website: http://kbp.aero. Public transport description: Atass (tel: (044) 281 7367) buses run cheap and efficient services from terminal B around the clock to shuttle passengers between Boryspil and the Central Railway terminal. Journey times should be around one hour. Taxi desks are located to the left of the main entrance of B terminal and are open 24 hours a day. If you wish to prebook try Etalon (tel: (044) 501 5501) or Taxi FM (tel: (044) 502 0502)» [280].

Зазначимо, що найбільш репрезентативною за чисельністю термінологічних одиниць є ЛСГ «наземне перевезення» (*taxi, car rental, minibus, railway*). Знову ж таки інформація подається блоками, які тематично відповідають таким підгрупам, як «залазничне перевезення» та «міський транспорт». Наведемо декілька прикладів:

«Travel by rail

Ukraine's 22,730km (14,207 miles) of railway track link most towns and cities within the republic and further links extend from Kyiv to all other CIS member states. The main stations are Kyiv and Lviv, with regular daily services connecting these stations with Moscow. There are international trains to many other major European cities although trains north to the Baltic countries pass through Belarus and require a transit visa. Tickets are cheap by UK standards. If travelling by overnight train, do not leave the compartment unattended. Timetables for trains to Ukraine, as well as approximate fares, are available in English at www.poezda.net» [280].

Всі наявні особливості транспортного перевезення у містах також знаходять своє відображення у детальних описах путівників:

«Urban travel information:

All towns and cities have a comprehensive network of buses and trolleybuses that tend to be slow, crowded but very cheap. These are supplemented by fleets of battered minibuses (marshrutky) that will stop or put down anywhere along fixed routes. Official taxis, found in cities and larger towns, are metered and can be identified by a yellow and black sign on the roof. Fares should be negotiated in advance for private taxis» [279].

Особлива увага укладачів путівників прикута до доволі відомої проблеми – стану українських автошляхів. Тут зустрічаємо прикметники із негативним забарвленням, які не є суб'єктивними, а позначають реальний стан речей:

«Road:

Getting around by road can be difficult outside the main cities: roads are often pot-holed and driving standards can be poor. Side of road: Right. Road quality: Outside urban areas, Ukrainian roads can be badly lit and in poor condition. Petrol stations and repair garages are becoming more common, but it is recommended to carry spare parts. Diesel, leaded and unleaded petrol are available. Cash is usually required at petrol stations» [281].

Розділ 2. Функціональний спектр англомовної туристичної термінології

Крім громадського транспорту та таксі, наголошується на можливості самостійного пересування країною на орендованій машині:

«Car hire: Self-drive hire cars are gradually becoming more available, with both local and international car hire operators renting cars in major towns, especially Kyiv. Several international companies, including Europcar (www.europcar.com), Hertz (www.hertz.ua) and Avis (www.avis.com.ua) offer car pick-up at airports. The minimum age for hiring a car is 21 years» [182].

Остання лексико-семантична група у складі даного мікрополя – ЛСГ «водне перевезення» (*cruise, sea port, river port*) також предсталена у нашій вибірці. Проте рівень її репрезентації поступається попереднім ЛСГ, що зумовлено порівняно нерозвиненою системою пасажирських перевезень водними шляхами України:

«Getting to Ukraine by boat

Main ports: Ilyichevsk, Izmail and Odessa. UkrFerry (tel: (8) 0482 344 059, in Odessa;www.ukrferry.com) operates ferries from Ilyichevsk to Poti and Batumi, Georgia; from Ilyichevsk to Varna, Bulgaria; and from Ilyichevsk to Derince, Turkey. Gess-Tur (tel: (8) 0692 544 904) have ferries between Sevastopol and Istanbul, Turkey. Ferries are available to the Russian ports of Novorossiysk and Sochi. Ukraine's most important internal waterway is the River Dnieper. Several cruise ship companies offer Black Sea cruises around the Crimean peninsula» [284].

2.2.4. Мікрополе «організація харчування»

Мікрополе «*організація харчування*» також є репрезентативним, оскільки відображає національну специфіку, яка має зацікавити потенційного туриста. Велику роль у цьому відіграє безеквівалентна лексика, яка репрезентує українські побутові реалії, наприклад, *varenyky, borshch, holubsi, deruny, chicken Kiev*. Наведемо деякі приклади:

«Traditional Ukrainian food, such as that in Russia, is mostly of the 'filling and hearty' variety, with a heavy emphasis on dumplings, potatoes and sour cream.

Specialities:

- *Borshch (beetroot soup made with meat broth).*
- *Varenniki (dumplings containing potatoes, cheese, meat or fruit).*
- *Deruny (potato pancakes).*
- *Pelmeny (meat-filled ravioli originally from Siberia).*
- *Chicken Kiev exists but is better known in the West» [279].*

Як бачимо, при вживанні безеквівалентної лексики укладачі путівників обов'язково наводять тлумачення цієї реалії. Зацікавленню туристів має сприяти і згадування місцевих алкогольних напоїв, наприклад:

«Regional drinks:

Crimean wines are excellent, especially dessert wines such as Krasny Kamen (Red Stone). Abrauand Miskhako are excellent brands of cabernet. Other local drinks include Artyomov champagne (bottled in eastern Ukraine), and fortified wines from Massandra, particularly one named Black Docto'.

Drinking age: *The minimum legal drinking age is 18» [281].*

Досить часто досліджені путівники надають інформацію про конкретні заклади харчування, що, з одного боку, носить рекламний характер. а з іншого – полегшує перебування туриста у незнайомій країні, оскільки він уже знає, чого йому очікувати від відвідування того чи іншого закладу, наприклад:

«Hata Rybaka (<http://hata-rybaka.kiev.ua>)

Type : Restaurant, Restaurant-Club, Restaurant on water,

Entertaining complex, Cuisine : European, Ukrainian

Address : 2, Revutskogo str., Kyiv, Ukraine

District : Darnitsky

Telephone No : +380 (44) 5627583, 5627577

Open : 24hrs

Average Bill : \$10-20

Offer : Grill, Children Party, Take Away Meals, Breakfasts, Wine Menu, Summer menu, Meat menu, Fish menu, Cigars

Entertainment : DVD, TV, Billiards, Video , Live music, Slot machines, Sauna, Dance Floor, Show» [283].

Таким чином, аналіз функціонування мікрополя «організація харчування» показав, воно є відображенням поєднання інформативної та рекламної функцій путівника.

2.2.5. Мікрополе «організація дозвілля»

Подібне поєднання інформативної та рекламної функцій спостерігаємо і в особливостях функціонування мікрополя «*організація дозвілля*», що не лише відображає наявні в Україні можливості для відпочинку, а й прагне зацікавити подорожуючих. Так, досить широко представлено ЛСГ «*активний відпочинок*» (*hiking, cycling, skiing, river rafting, bowling*), наприклад:

«River swimming: Join the locals who swim in summer in the Dnieper River in Kiev and climb onto its ice in winter to fish. Even better, come here for Orthodox Epiphany and be splashed with icy water during the celebrations» [279].

Поєднання активного відпочинку з історично-пізнавальною екскурсією можна побачити на прикладі:

«A popular activity in Yaremche (second only to souvenir shopping) is a hike to the nearby Dovbush Cliffs. The caves are actually a series of boulders, which were pushed off a cliff to form shelters that outlaws once used as hideouts. With several looped trails around here, you could spend anything from half an hour to three hours walking» [284].

Досить цікавим і знову ж таки наповненим практичними порадами є опис лижного курорту «Буковель»:

«Bukovel's 50km of runs are at altitudes of 900 to 1245m. The skiing resort aims to be one of Europe's largest, with 280km of piste and 35 lifts in the pipeline. It's already announced plans to bid for the 2018 Winter Olympics. With all this mind-boggling investment in infrastructure, it's unsurprising that ski passes are the most expensive in Ukraine. But they're still less than major Western European resorts. The area where doubts remain about Bukovel is the over-priced accommodation, and many skiers recommend staying outside the village» [281].

ЛСГ «насивний відпочинок» (*live music, show, theatre season*) також є досить репрезентативною у проаналізованих путівниках:

«Wine tasting

The region's vineyards produce good-quality wine which can be tasted locally quite cheaply. The Wine Tasting Hall in Yalta is as good a place as any» [283].

Досить привабливою Україна виглядає для любителів різножанрової музики, завдяки давнім традиціям та сучасним фестивалям:

«Housed in the beautiful building of Odesa's former stock exchange. Unfortunately, the original inhabitants – traders – asked the architects for a building with subdued acoustics, so that their business talks couldn't be overheard. This is a pain, but not an insurmountable obstacle for the Odessa Philharmonic Orchestra, led by charismatic American conductor Hobart Earle, a former student of Leonard Bernstein. This orchestra accounts for half the symphonies performed here. Jazz and rock is often played here, too, and it's the venue of the Odessa Jazz Festival» [279].

«Gogolfest – A lively festival of modern theatre, music, cinema, architecture and all imaginable kinds of art dedicated to writer Nikolai Gogol takes place in early September. It's new and not necessarily annual» [283].

Розділ 2. Функціональний спектр англомовної туристичної термінології

Як підсумок зазначимо, зібраний у ході дослідження матеріал свідчить про те, що в реалізації рекламної функції туристичного путівника велике прагматичне навантаження містять якісні прикметники, емоційно-експресивне забарвлення яких сприяє вихвалянню обраного об'єкта. Серед зафіксованих прикметників найбільш уживаними є такі лексичні одиниці: *beautiful, fascinating, stunning, striking, unique, engrossing, magnificent, spectacular, exciting*, що вживаються в описах історичних і культурних пам'яток України. Водночас, інформативна функція та прагнення до точності фактуальної інформації зумовлює функціонування прикметників із негативною оцінкою при описі деяких аспектів інфраструктури країни: «*badly lit roads, poor condition*». Реалізації рекламної та інформаційної функцій також сприяє полікодовий характер путівника – наявність ілюстративного матеріалу, що, з одного боку, візуалізує фактуальну інформацію (різного роду мапи), з іншого – допомагає формуванню високої позитивної оцінки певного об'єкта (фото).

ВИСНОВКИ

Проведене комплексне дослідження семантичних і функціональних аспектів англомовної туристичної термінології дало змогу дійти таких висновків. Досліджувана терміносистема має ознаки польової організації, яка ґрунтується насамперед на гіперо-гіпонімічних відношеннях.

Тематичний аналіз англомовної туристичної термінології уможливив виокремлення в її структурі п'яти мікрополів, що відображають наявні підгалузі в сфері туризму, а саме: мікрополе «*організація туризму*», мікрополе «*організація проживання*», мікрополе «*організація перевезення*», мікрополе «*організація харчування*», мікрополе «*організація дозвілля*». Ці мікрополя в свою чергу містять певну кількість лексико-семантичних груп (далі – ЛСГ), які об'єднують термінологічні одиниці за більш специфічними тематичними ознаками. Таким чином, структура термінологічного поля «туризм» ґрунтується на гіперо-гіпонімічних відношеннях між його конститuentами.

Мікрополе «*організація туризму*» охоплює базові поняття туризму та складається з п'яти ЛСГ:

- 1) ЛСГ «учасники туризму» (*tourist, host, tour operator, guide, animator*);
- 2) ЛСГ «види туризму» (*gastronomic tourism, last-minute tour, all-expense tour*);
- 3) ЛСГ «організаційні процедури» (*booking, tour cancellation, meet and greet*);
- 4) ЛСГ «туристична документація» (*visa, voucher, traveler's cheque, accident insurance*);
- 5) ЛСГ «реклама туристичних послуг» (*travel catalogue, travel fair*).

Мікрополе «*організація проживання*» також містить п'ять ЛСГ та об'єднує терміни, які стосуються певних нюансів розміщення туристів:

- 1) ЛСГ «типи готелів» (*flotel, boutique hotel, hostel*);
- 2) ЛСГ «типи номерів» (*single room, suite, family suite*);
- 3) ЛСГ «готельні процедури» (*check in, early arrival, late check-out*);
- 4) ЛСГ «готельні послуги» (*room service, wake up call, transfer*);
- 5) ЛСГ «типи розміщення» (*bed and breakfast, half board, American plan, European plan*).

Мікрополе «**організація перевезення**» поділяється на підгрупи залежно від застосованого виду транспорту:

- 1) ЛСГ «повітряне перевезення» (*domestic flight, baggage claim, charter*);
- 2) ЛСГ «наземне перевезення» (*car rental, parking lot, buffet car*);
- 3) ЛСГ «водне перевезення» (*cruise liner, outside cabin*).

Мікрополе «**організація харчування**» містить дві підгрупи:

- 1) ЛСГ «типи закладів харчування» (*singles bar, drive-in restaurant*);
- 2) ЛСГ «типи харчування» (*American breakfast, English breakfast, brunch*).

Останнє мікрополе – «**організація дозвілля**» – охоплює лексичні одиниці, пов'язані з видом відпочину:

- 1) ЛСГ «активний відпочинок» (*diving, bungee-jumping, water skiing*);
- 2) ЛСГ «пасивний відпочинок» (*animation, variety show, spa*).

Слід зазначити, що всередині виокремлених ЛСГ також можливий поділ на певні тематичні ряди на основі гіперо-гіпонімічних відношень. Так, наприклад, у складі ЛСГ «повітряне перевезення» можна виокремити такі тематичні ряди, як «тип транспорту» (*jet, airliner*), «місце» (*airport, terminal*), «типи перельотів» (*non-stop flight*), «працівники» (*baggage inspector*) тощо. Це ще раз підкреслює системно-польовий характер досліджуваної термінології.

Крім гіперо-гіпонімічних відношень між конститuentами англомовної туристичної термінології зафіксовано синонімічні та антонімічні відношення.

Серед основних причин появи синонімії саме в термінології відзначаються, зокрема, паралельне термінування певного поняття декількома дослідниками, різні варіанти перекладу терміна, наявність повного та короткого позначення одного поняття, що деякі дослідники уналежнюють до явища термінологічної варіативності (І.А. Ізергіна). Проведене дослідження показало, що близько 20% аналізованих англомовних туристичних термінів пов'язані між собою синонімічними відношеннями, наприклад: *agrotourism / farm tourism – tourism in which tourists board at farms or in rural villages and experience farming at close hand*. Деякі із синонімічних термінів туризму є прикладами термінів-дублетів, один з яких є запозиченим, наприклад: *conciierge (фр.) – head porter; sommelier (фр.) – wine waiter*.

Наступним зафіксованим типом лексико-семантичних відношень в англомовній термінології туризму є антонімія (близько 10%). Найбільшу групу з них формують контрадикторні антоніми, представлені термінологічними парами, члени яких передбачають та виключають один одного. Це або однокореневі терміни, один з яких має негативний афікс, наприклад: *season – off-season, accompanied baggage – unaccompanied baggage, flexible ticket – inflexible ticket*, або різнокореневі терміни, що мають протилежне значення, наприклад: *early arrival – late arrival, low season – high season*. Наступна група антонімічних термінів туризму представлена комплементарними опозиціями, члени яких не заперечують один одного, а співвідносяться на основі контрасту ознак, які вони виражають: *domestic tourism – international tourism, rural tourism – urban tourism, scheduled flight – charter flight*. Остання група антонімів містить контрарні терміни-антоніми, які знаходяться у відношеннях протилежності та характеризуються градуальністю за

ступенем вияву певної ознаки: *board – half-board – full board, service – semi-self service – self-service*.

Ще однією характерною рисою досліджуваної англомовної туристичної термінології є наявність полісемії (близько 15% аналізованих одиниць мають декілька пов'язаних між собою значень, які зазвичай виникають у результаті розвитку початкового значення певного слова (Б.Н. Головін). Яскравим прикладом розширення значення слугує англомовна номінація *host*. Її початкове значення – людина, яка приймає гостей у себе вдома – *a person, who has invited guests*. У термінологію туризму це слово увійшло зі значенням власника готелю чи ресторану *the landlord of a hotel or inn, also sometimes of a restaurant*. Надалі з розвитком сфери туристичних послуг ця номінація почала позначати ще й представника приймаючої сторони, який надає подорожуючим певні організаційні послуги: *a representative who provides only information or greeting services or who assists at the destination with ground arrangements without actually accompanying the tour*.

Рівень представленості досліджуваної туристичної термінології в англомовних тлумачних словниках становить лише четверту частину із зафіксованих у спеціалізованих енциклопедіях 3000 термінологічних одиниць (близько 700 термінів). Власне весь корпус туристичної термінології, як і будь-якої іншої терміносистеми, не є однорідним. Уже традиційним став розподіл термінології певної сфери на вузькогалузеву, міжгалузеву та загальнонаукову (О.В. Суперанська, Н.В. Подольська). У нашому випадку чітко прослідковується тенденція більшої репрезентативності в тлумачних словниках саме міжгалузевої лексики, що внаслідок свого статусу є вживанішою. До неї уналежнюємо мікрополя «*організація проживання*», «*організація перевезення*», «*організація харчування*» та «*організація дозвілля*», а також загальнонавчовану лексику, що увійшла в туристичну термінологію (*room, bed, service* тощо). Водночас найменше представлена саме вузькогалузева лексика, до якої

зараховуємо мікрополе «*організація туризму*». Зазначене спостереження підтверджує тезу про те, що енциклопедії реєструють більше номінацій за рахунок детальної диференціації певного поняттєвого поля, тоді як на рівні повсякденного спілкування мовці віддають перевагу номінаціям, що позначають базові одиниці в класифікації об'єктів, нехтуючи лексичними одиницями із субординатним рівнем конкретності (Н.В. Загребельна, О.В. Цобенко).

У рамках семантичного аспекту дослідження проведено також аналіз морфологічних особливостей англомовної туристичної термінології, який показав, що переважна більшість із розглянутих туристичних термінів є іменниками (більше 96%), набагато меншу репрезентативність мають дієслова та прикметники (відповідно 3 і 1%). Аналіз формального аспекту термінів уможливив розгляд їхньої компонентної структури. Так, 32% англомовних термінів туризму є однокомпонентними, 66% – двокомпонентними, 2% – трикомпонентними. Найпоширенішою словотвірною моделлю для двокомпонентних термінів є *N+N* (*city tourism, shoulder season*), що пояснюється синтаксичними особливостями англійської мови та функціонуванням даної моделі як економного способу передачі інформації (В.Г. Адмоні). Доволі продуктивною моделлю для двокомпонентних термінів є також *Adj+N* (*low season, educational tourism*). Для трикомпонентних термінів найбільш характерними є моделі *N+N+N* (*family table service, country house hotel*) та *Adj+N+N* (*daily room rate, long distance flight*). Таким чином, аналіз словотвірних особливостей досліджуваної термінології виявив домінування багатокомпонентних термінологічних одиниць, поява яких пояснюється, зокрема, розвитком різних підгалузей туризму, що відображується у створенні нових термінів на основі вже існуючої термінологічної одиниці, що, у свою чергу, зумовлює формування «термінологічного гнізда» (С.І. Богомолва). Найбільш продуктивними гніздоутворювальними термінами в англомовній термінології туризму є *tourism, tour, season, hotel, room, ticket, flight*.

Туристичний путівник (*travel guide*) визначається як друкована книга, електронний чи аудіовізуальний довідник, який присвячений певній країні чи місту, містить інформацію щодо географічних, історичних, культурних особливостей країни, її пам'яток, наявних видів проживання, харчування, транспорту та розваг і зазвичай супроводжується ілюстраціями, схемами, картами (Л.Г. Кисельова).

У лінгвістиці путівник розглядається як жанровий різновид туристичного дискурсу (Н.В. Філатова). Характерними рисами туристичних путівників є високий ступінь узагальнення, точність, інформативність та імперсональність. Основними функціями путівників є інформативна (представлення фактуальної інформації) та рекламна (створення позитивного образу певного туристичного об'єкта, що має на меті зацікавити потенційного туриста щодо його відвідання). Саме цими функціями зумовлений вибір лексичного складу туристичних путівників.

Слід зазначити, що структура проаналізованих електронних путівників ідентична. Вони містять загальну інформацію про Україну – короткі відомості про історію, культуру, кліматичні й географічні особливості, державні свята та більш специфічні відомості про правила в'їзду, медичну допомогу, валюту, варіанти проживання та пересування країною, особливості національної кухні, розваги тощо. Крім цього, путівники надають фото- й відеоматеріали, що ілюструють наведену інформацію, та розміщують рекламу готелів, ресторанів, нічних клубів та туристичних агенцій. Відзначимо, що спільною рисою всіх досліджених путівників є фокусування на тих об'єктах, які увиразнюють унікальність, автентичність української культури: міста (*Discover gorgeous Lviv, an open-air museum of extraordinary architectural wealth*), споруди (*Kiev-Pechersk Lavra (the Caves Monastery) is a fascinating living piece of history dating back to 1051*), відомі місця (*Privoz market – a must visit for market lovers; whatever you buy – always bargain, you'll upset them if you don't*), артефакти (*Popular souvenirs include hand painted eggs (pysanky), carved wooden items and hand-embroidered clothes*).

Акцентується також на тому, що Україна в цілому залишається незвіданою для європейського та американського туриста: *Big, diverse and largely undiscovered, Ukraine is one of Europe's last genuine frontiers.*

Проведений аналіз функціонування туристичної термінології в даних путівниках показав, що в них у тій чи іншій мірі представлено всі виокремлені в структурі терміносистеми «туризм» мікрополя. Інформативна функція туристичного путівника та стислість викладу зумовлює наявність та рівень репрезентативності певних ЛСГ у складі цих мікрополів. Так, доволі широко представлене мікрополе **«організація туризму»**: ЛСГ «учасники туризму» (найчастотніші термінологічні одиниці: *tourist, tour operator, travel agency*); «види туризму» (*religious tourism, farm stay tourism*). Найбільш представленою є ЛСГ «туристична документація» (*passport, visa, immigration card, residency permit, health insurance, international driving permit*), що пояснюється фокусуванням уваги путівників на правилах в'їзду та перебування іноземних туристів на території країни. Водночас, ЛСГ «організаційні процедури» не представлена в даних путівниках, оскільки вона репрезентує більш специфічну і детальну інформацію, з якою турист стикається в процесі взаємодії з туристичною агенцією тощо. Характерні для путівників риси стислості й узагальнення зумовлюють також й особливості функціонування мікрополя **«організація проживання»**, яке представлене у вибірці лише однією ЛСГ «*мини готелів*» (*hotel, hostel, five-star hotel, homestay, camping, self catering*), тоді як інші ЛСГ («*мини номерів*», «*готельні послуги*» та ін.) не є релевантними для туриста внаслідок своєї детальності. Багато уваги укладачі путівників приділяють тому, яким чином можна дістатися України та способам переміщення всередині країни. Саме тому мікрополе **«організація перевезення»** та його структурні підрозділи досить широко представлені в нашій вибірці: ЛСГ «*повітряне перевезення*» (*airport, airline*), ЛСГ «*наземне перевезення*» (*taxi, car rental, minibus, railway*), ЛСГ «*водне перевезення*»

(*cruise, sea port, river port*). Мікрополе «*організація харчування*» також є репрезентативним, оскільки відображає національну специфіку, яка має зацікавити потенційного туриста. Велику роль у цьому відіграє безеквівалентна лексика, яка репрезентує українські побутові реалії, наприклад, *varenyky, borshch, holubsi, deruny, chicken Kiev*. Таке поєднання інформативної та рекламної функцій спостерігаємо і в особливостях функціонування мікрополя «*організація дозвілля*», що не лише відображає наявні в Україні можливості для відпочинку, а й прагне зацікавити подорожуючих: ЛСГ «*активний відпочинок*» (*hiking, cycling, skiing, river rafting, bowling*), ЛСГ «*пасивний відпочинок*» (*live music, show, theatre season*).

Зібраний у ході дослідження матеріал свідчить про те, що в реалізації рекламної функції туристичного путівника велике прагматичне навантаження містять якісні прикметники, емоційно-експресивне забарвлення яких сприяє вихвалянню обраного об'єкта. Серед зафіксованих прикметників найбільш уживаними є такі лексичні одиниці: *beautiful, fascinating, stunning, striking, unique, engrossing, magnificent, spectacular, exciting*, що вживаються в описах історичних та культурних пам'яток України. Водночас, інформативна функція та прагнення до точності фактуальної інформації зумовлює функціонування прикметників із негативною оцінкою при описі деяких аспектів інфраструктури країни: «*badly lit roads, poor condition*». Реалізації рекламної та інформаційної функцій також сприяє полікодовий характер путівника – наявність ілюстративного матеріалу, що, з одного боку, візуалізує фактуальну інформацію (різного роду мапи), з іншого – допомагає формуванню високої позитивної оцінки певного об'єкта (фото).

Перспектива подальшого дослідження вбачається в детальному аналізі лінгвокультурологічних та функціонально-стильових параметрів англомовних путівників.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агафонова Л.Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес : ціноутворення, конкуренція, державне регулювання / Л.Г. Агафонова. – Київ : Знання України, 2002. – 227 с.
2. Адмони В.Г. Основы теории грамматики / В.Г. Адмони. – М.-Л. : Наука. Ленинград. отделение, 1964. – 105 с.
3. Адонина О.Д. Лингвистическая характеристика экономической терминосистемы современного французского языка : на материале французской терминографии : дис. кандидата филол. наук / О.Д. Адонина. – М., 2005. – 230 с.
4. Алексеева Л.М. Проблемы термина и терминологического образования : учеб. пособие по спецкурсу / Л.М. Алексеева. – Пермь : Изд-во Перм. гос. ун-та, 1998. – 120 с.
5. Алексеева Л.М. Термин и метафора / Л.М. Алексеева. – Пермь : Изд-во Перм. гос. ун-та, 1998. – 249 с.
6. Амосова Н.Н. К вопросу о лексическом значении слова / Н.Н. Амосова // Вестн. ЛГУ. Сер. истории, языка и культуры. – 1957. – №2. – Вып. 1. – С. 152–169.
7. Амосова Н.Н. Этимологические основы словарного состава современного английского языка / Н.Н. Амосова. – М. : Либроком, 2010. – 224 с.
8. Апресян Ю.Д. Значение и оттенок значения / Ю.Д. Апресян // Изв. АН СССР. Отделение литературы и языка. – Т. XXXI. – Вып. 4. – М., 1974. – С. 320–330.
9. Апресян Ю.Д. Лексическая семантика (синонимические средства языка) / Ю.Д. Апресян. – М. : Школа «Языки русской культуры», Восточная литература РАН, 1995. – VIII. – 472 с.
10. Апресян Ю.Д. Лексикографическая концепция нового большого англо-русского словаря / Ю.Д. Апресян //

Список використаних джерел

- Новый большой англо-русский словарь : в 3 т. ; под общ. рук. Ю.Д. Апресяна, Э.М. Медниковой, А.В. Петровой. – М. : Рус. язык, 2002. – Т. 1. – С. 6–17.
11. Апресян Ю.Д. Образ человека по данным языка : попытка системного описания / Ю.Д. Апресян // Вопр. языкознания. – 1995. – № 1. – С. 37–67.
 12. Апресян Ю.Д. Прагматическая информация для толкового словаря / Ю.Д. Апресян // Прагматика и проблемы интенциональности : сб. науч. трудов ИЯ АН СССР. – М., 1988. – С. 7–44.
 13. Апресян Ю.Д. Толкование лексических значений как проблема теоретической семантики / Ю.Д. Апресян // Изв. АН СССР. Сер. литературы и языка. – 1969. – Т. 28 (№ 1). – С. 11–23.
 14. Аракин В.Д. Сравнительная типология английского и русского языков / В.Д. Аракин. – М. : Просвещение, 1979. – 216 с.
 15. Арнольд И.В. Семантическая структура слова в современном английском языке и методика ее исследования (на материале имени существительного) / И.В. Арнольд. – Л. : Просвещение, 1966. – 192 с.
 16. Арутюнова Н.Д. Семантическая структура и функции субъекта / Н.Д. Арутюнова // Изв. АН СССР. Сер. литературы и языка. – 1979. – Т. 38. – С. 321–335.
 17. Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт / Н.Д. Арутюнова. – М. : Наука, 1988. – 341 с.
 18. Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека / Н.Д. Арутюнова. – М. : Языки русской культуры, 1998. – 896 с.
 19. Аспекты семантических исследований. – М. : Наука, 1980. – 354 с.
 20. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов / О.С. Ахманова. – 4-е изд., стереотип. – М. : КомКнига, 2007. – 576 с.

21. Балли Ш. Французская стилистика / Ш. Балли. – 2-е изд., стереотип. – М. : Эдиториал УРСС, 2001. – 392 с.
22. Баранов А.Н. Введение в прикладную лингвистику / А.Н. Баранов. – М. : Эдиториал УРСС, 2003. – 360 с.
23. Белан Э.Т. Формально-структурный анализ терминов международного туризма в английском языке / Э.Т. Белан // Вестн. МГОУ. Серия «Лингвистика». – 2007. – № 2. – С. 92–100.
24. Бережан С.Г. Теория семантических полей / С.Г. Бережан // Проблемы языкознания : докл. и сообщения советских ученых на X Междунар. конгрессе лингвистов ; отв. ред. Ф.П. Филин. – М. : Наука, 1967. – С. 165–170.
25. Березович Е.Л. К этнолингвистической интерпретации семантических полей / Е.Л. Березович // Вопр. языкознания. – 2004. – № 6. – С. 3–24.
26. Бирвиш М. Семантика / М. Бирвиш // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. X. – Лингвистическая семантика. – М. : Прогресс, 1981. – С. 177–199.
27. Биржаков М.Б. Введение в туризм / М.Б. Биржаков. – СПб. : Герда, 2006. – 512 с.
28. Блинова О.И. Термин и его мотивированность // Терминология и культура речи / О.И. Блинова. – М. : Наука, 1981. – С. 28–37.
29. Богомолова С.И. Проблема формирования многокомпонентных терминосистем (на материале терминологии математической кибернетики) / С.И. Богомолова // Лингвистические проблемы формирования и развития

Список використаних джерел

31. Будагов Р.А. Введение в науку о языке / Р.А. Будагов. – М. : Добросвет. – 2000,2003. – 544 с.
32. Будагов Р.А. Сходства и несходства между родственными языками / Р.А. Будагов. – 2-е изд. – М. : Добросвет, 2000, 2004. – 280 с.
33. Бурлакова В.В. Основа структуры словосочетания в современном английском языке / В.В. Бурлакова. – Л. : ЛГУ, 1975. – 128 с.
34. Бурячок А.А. Принципи моделювання семантичних полів лексики / А.А. Бурячок // Мовознавство. – 1985. – №4. – С. 41–47.
35. Васильев Л.М. Современная лингвистическая семантика / Л.М. Васильев. – М. : Высш. шк., 1990. – 176 с.
36. Васильев Л.М. Теория семантических полей / Л.М. Васильев // Вопр. языкознания. – 1971. – №5. – С. 105–113.
37. Васильева Н.В. Терминоведение: исторический и диахронический аспект // Терминологические чтения (цикл 2): Проблемы языков для специальных целей, научной и профессиональной коммуникации. 4.1. – Киев, 1991. – С. 19–20.
38. Вердиева З.Н. Семантические поля в современном английском языке / З.Н. Вердиева. – М. : Высш. школа, 1986. – 120 с.
39. Виноградов В.В. Избранные труды. Лексикология и лексикография / В.В. Виноградов. – М. : Наука, 1977. – 312 с.
40. Виноградов В.В. Основные типы лексических значений слова / В.В. Виноградов // Вопр. языкознания. – 1953. – № 5. – С. 3–29.
41. Виноградова Л.В. Терминология туризма английского и русского языков в синхронном и диахронном аспектах : дис. канд. филол. наук : 10.02.19 / Л.В. Виноградова. – Великий Новгород, 2011. – 213 с.

42. Винокур Г.О. О некоторых явлениях словообразования в русской технической терминологии // Тр. Моск. ин-та истории, философии и литературы : сб. статей по языковедению. – Т.5. – М., 1939. – С. 3–54.
43. Віт Ю.В. Англomовна офтальмологічна термінологія: лінгвокогнітивний аспект : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 / Ю.В. Віт. – Одеса, 2006. – 21 с.
44. Волкова И.Н. Стандартизация научно-технической терминологии / И.Н. Волкова. – М. : Изд-во стандартов, 1984. – 199 с.
45. Володина М.Н. Когнитивно-информационная природа термина / М.Н. Володина. – М. : Москов. лицей, 2002. – 256 с.
46. Володина М.Н. Теория терминологической номинации / М.Н. Володина. – М. : Изд-во МГУ, 1997. – 179 с.
47. Гак В.Г. От толкового словаря к энциклопедии языка (из опыта современной французской лексикографии) / В.Г. Гак // Цзв. АН СССР. Отдел. лит. и языка. – 1971. – Т. XXX. – Вып. 6. – С. 524–530.
48. Гак В.Г. О некоторых закономерностях развития лексикографии (учебная и общая лексикография в историческом аспекте) / В.Г. Гак // Актуальные проблемы учебной лексикографии : сб. статей. – М. : Русский язык, 1977. – С.11–27.
49. Гак В.Г. Способы представления в лингвистическом словаре информации в лингвистическом словаре / В.Г. Гак // Матер. Всесоюз. школы-семинара [«Сочетание лингвистической и внематерияческой информации в автоматическом словаре»]. – Єреван : Изд-во АН АрмССР, 1987. – С. 50–51.
50. Гак В.Г. Проблема создания универсального словаря (энциклопедический, культурно-исторический и этнолингвистический аспекты) / В.Г. Гак // Национальная специфика языка и ее отражение в нормативном словаре : сб. статей / отв. ред. Ю.Н. Караулов. – М. : Наука, 1988. – С. 119–125.

Список використаних джерел

51. Гак В.Г. Лингвистические словари и экстралингвистическая информация (в связи с выходом в свет второго издания словаря «Большой Роббер») / В.Г. Гак // Вопр. языкознания. – 1987. – № 2. – С. 3–16.
52. Гак В.Г. Сопоставительная лексикология / В.Г. Гак. – М. : Междунар. отношения, 1977. – 264 с.
53. Гак В.Г. Этимолого-семантические поля в лексике / В.Г. Гак // Филол. сб. – М. : Наука, 1995. – С. 107–117.
54. Гарбовский Н.К. Сопоставительная стилистика профессиональной речи: на материале русского и французского языков. – 2-е изд. – М. : ЛИБРОКОМ, 2009. – 144 с.
55. Гарифуллина Л.А. Лексика индустрии гостеприимства в татарском языке в сопоставлении с английским языком : автореф. дисс. ... на соиск. учен. степени канд. филол. наук / Л.А. Гарифуллина. – Казань, 2008. – 29 с.
56. Гвишиани Н.Б. Язык научного общения : вопросы методологии / Н.Б. Гвишиани. – М. : Изд-во ЛКИ, 2008. – 280 с.
57. Головин Б.Н. Терминология / Б.Н. Головин, Ф.М. Березин // Общее языкознание. – М. : Просвещение, 1979. – С. 264–278.
58. Головин Б.Н. Лингвистические основы учения о терминах : учеб. пособие для филол. спец. вузов / Б.Н. Головин, Р.Ю. Кобрин. – М. : Высш. шк., 1987. – 104 с.
59. Городецкий Б.Ю. Термин и его лингвистические свойства // Структурная и прикладная лингвистика / Б.Ю. Городецкий. – Л., 1987. – Вып.3. – С. 17–22.
60. Городецкий Б.Ю., Раскин В.В. Термины с лингвистической точки зрения // Место терминологии в системе современных наук / Б.Ю. Городецкий, В.В. Раскин. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1970. – С. 134–141.
61. Гринев С.В. Введение в терминоведение / С.В. Гринев. – М. : Академия, 2008. – 304 с.

62. Гринев С.В. Введение в терминографию / С.В. Гринев. – М. : МПУ, 1995. – 158 с.
63. Гринев-Гриневиц С.В. Введение в терминографию : Как просто и легко составить словарь / С.В. Гринев-Гриневиц : учеб. пособие. – 3-е изд., доп. – М. : ЛИБРОКОМ, 2009. – 224 с.
64. Гринев С.В. Терминологические заимствования : Краткий обзор современного состояния вопроса // Д.С. Лотте Вопросы заимствования и упорядочения иноязычных терминов и терминологических элементов. – М. : Наука, 1982. – С. 108–136.
65. Даниленко В.П. Русская терминология : опыт лингвистического описания / В.П. Даниленко. – М. : Наука, 1977 – 246 с.
66. Девкин В.Д. Очерки по лексикографии / В.Д. Девкин. – М. : Прометей, 2000. – 395 с.
67. Денисов П.Н. Типология языков науки / П.Н. Денисов // Семиотические проблемы науки, терминологии и информатики. Ч.1. – М. : Изд-во ВИНТИ, 1971. – С. 101–104.
68. Дрезен Э.К. Интернационализация научно-технической терминологии. История, современное положение и перспективы/ Э.К. Дрезен. – М. – Л. : Стандартгиз, 1936. – 100 с.
69. Дианова Г.А. Термин и понятие : проблемы эволюции (к основам исторического терминоведения) / Г.А. Дианова. – М. : ЕВРОШКОЛА, 2000. – 254 с.
70. Егорова Г.М. Понятие и классификация заимствованных слов / Г.М. Егорова // Проблемы современной русской лексикологии. – Калинин, 1983. – С. 71–81.
71. Елисеева В.В. Лексикология английского языка / В.В. Елисеева. – СПб. : Изд-во СПб. Гос. ун-та, 2003. – 52 с.
72. Ефремов Л.П. Сущность лексического заимствования и основные признаки освоения заимствованных слов / Л.П. Ефремов. – Алма-Ата, 1958. – 288 с.

Список використаних джерел

73. Жирмунский В.М. Национальный язык и социальные диалекты / В.М. Жирмунский. – Л. : Гослитиздат, 1936. – 297 с.
74. Жлуктенко Ю.А. Критерии эквивалентности при контрастивном анализе языков // Новые тенденции в изучении грамматики романских и германских языков / Ю.А. Жлуктенко. – Киев : Изд-во при КГУ ИО «Вища школа», 1981. – С. 6–13.
75. Земская Е.А. Словообразование как деятельность / отв. ред. Д.Н. Шмелев. – 4-е изд. – М. : ЛИБРОКОМ, 2009. – 224 с.
76. Иванов А.В. Особенности реализации принципа мотивированности в лингво-литературоведческой терминологии / А.В. Иванов // Вестн. Поморского университета. Сер. Гуманитарные и социальные науки. – 2005. – №1. – С. 65–74.
77. Ивина Л.В. Лингво-когнитивные основы анализа отраслевых терминосистем (на примере англоязычной терминологии венчурного финансирования) : учеб.-метод. пособие / Л.В. Ивина. – М. : Академ. проект, 2003. – 304 с.
78. Ивлева Г.Г. О роли метафоры в процессах познания (на материале немецкой космической терминологии) / Г.Г. Ивлева // Терминологический вестник. – 2000. – Вып. 1. – С. 26–28.
79. Игнатъев Б.И. Вопросы двуязычной научно-технической лексикографии : автореф. дис. на соиск. учен. степени канд. филол. наук / Б.И. Игнатъев. – Л., 1975. – 23 с.
80. Изергина И.А. Синонимия в современной английской терминологии электроники : автореф. дис. на соиск. учен. степени канд. филол. наук / И.А. Изергина. – Л., 1980. – 21 с.
81. Кабакчи В.В. Практика англоязычной межкультурной коммуникации : учебник / В.В. Кабакчи. – СПб. : Союз, 2001. – 480 с.
82. Казарина С.Г. Типологические исследования в терминоведении / С.Г. Казарина // Филологические науки. – 1998. – № 2. – С. 66–73.

83. Казарина С.Г. Типологические характеристики отраслевых терминологий / С.Г. Казарина. – Краснодар : Изд-во Кубан. гос. мед. акад., 1998. – 276 с.
84. Казачкова О.А. Толкование терминов в толковом терминологическом словаре «Технология художественной обработки металлов» / О.А. Казачкова, В.И. Куманин // Новые металлы и технологии : матер. науч.-техн. конф. – М. : МГАПИ, 2001. – С.63 – 66.
85. Канделаки Т.Л. К вопросу о номенклатурных наименованиях / Т.Л. Канделаки // Вопросы разработки научно-технической терминологии. – Рига : Зинатне, 1973. – С. 60–70.
86. Канделаки Т.Л. Семантика и мотивированность терминов / Т.Л. Канделаки. – М. : Наука, 1977. – 167 с.
87. Канделаки Т.Л., Самбурова Г.Г. Вопросы моделирования систем значений упорядоченных терминологий / Т.Л. Канделаки, Г.Г. Самбурова // Современные проблемы терминологии в науке и технике. – М., 1969. – С. 3–31.
88. Капанадзе Л.А. О понятиях «термин» и «терминология» / Л.А. Капанадзе // Развитие лексики современного русского языка. – М. : Наука, 1971. – 381 с.
89. Караулов Ю.Н. Общая и русская идеография / Ю.Н. Караулов. – М. : Либроком, 2010. – 356 с.
90. Караулов Ю.Н. Лингвистическое конструирование и тезаурус литературного языка / Ю.Н. Караулов. – М. : Наука, 1981. – 104 с.
91. Караулов Ю.Н. Словарь и человек / Ю.Н. Караулов // Теория языка и словари : матер. науч. конф. – Кишинев : Штиинца, 1988. – С. 5–10.
92. Каребина О.П. Основные категории текстов туристической сферы на русском и немецком языках / О.П. Каребина // Современная лингвистика : теория и практика. – Краснодар, 2006. – С. 95–102.
93. Каребина О.П. Семантическая организация лингвистических и паралингвистических феноменов в текстах предметной области «Туризм»: дис. канд. филол. наук : 10.02.19 / О.П. Каребина. – Краснодар, 2008. – 191 с.

Список використаних джерел

94. Карпова О.М. Лексикографические портреты словарей современного английского языка / О.М. Карпова. – Иваново : Иван. гос. ун-т, 2004. – 185 с.
95. Кацнельсон С.Д. Типология языка и речевое мышление / С.Д. Кацнельсон. – М. : Едиториал УРСП, 2004. – 216 с.
96. Квитко И.С. Термин в научном документе / И.С. Квитко. – Львов : Вища шк., 1976. – 127 с.
97. Квитко И.С., Лейчик В.М., Кабанцев Г.Г. Терминоведческие проблемы редактирования / И.С. Квитко, В.М. Лейчик, Г.Г. Кабанцев. – Львов : Вища шк., 1986. – 151 с.
98. Киселёва Л. Путеводитель как семиотический объект : к постановке проблемы / Л. Киселёва // Путеводитель как семиотический объект : сб. статей. – М., 2008. – С. 10–18.
99. Кияк Т.Р. Лингвистические аспекты терминоведения : учеб. пособие / Т.Р. Кияк. – Киев : УМК ВО, 1989. – 104 с.
100. Климов Г.А. Языковые контакты / Г.А. Климов // Общее языкознание. – М. : Наука, 1970. – 602 с.
101. Кобозева И.М. Лингвистическая семантика / И.М. Кобозева. – М. : Эдиториал УРСС, 2000. – 352 с.
102. Кобозева И.М. Представление знаний о физических объектах для систем типа «Рисунок–Текст» / И.М. Кобозева // Категоризация мира: пространство и время. – М. : Диалог-МГУ, 1997. – С. 117–123.
103. Кобрин Р.Ю. Терминологические системы и их когнитивные модели // Очерки научно-технической лексикографии / Р.Ю. Кобрин, М.В. Антонова; под ред. А.С. Герда. – СПб. : Изд-во СПб. ун-та, 2002. – С. 47– 56.
104. Косериу Э. Синхрония, диахрония и история : проблема языкового изменения / Э. Косериу; пер. с исп. – 3-е изд. – М. : Едиториал УРСС, 2010. – 208 с.
105. Кочерган М.П. Загальне мовознавство / М.П. Кочерган. – Київ : Академія, 2003. – 464 с.
106. Кочерган М.П. Лексична сполучуваність і лексико-семантичне поле / М.П. Кочерган // Мовознавство. – 1980. – №6. – С. 26–35.

107. Кочерган М.П. Мовознавство на сучасному етапі / М.П. Кочерган // Дивослово. – 2003. – №5. – С. 24–29.
108. Краткое методическое пособие по разработке и упорядочению научно-технической терминологии / отв. ред. чл.-кор. АН СССР В.И.Сифоров. – М. : Наука, 1979. – 124 с.
109. Крылов А.И. Термин и контекст // Языковые единицы и контекст / А.И. Крылов . – Л. : ЛГПИ, 1973. – С. 89–96.
110. Крысин Л.П. К определению терминов «заимствование» и «заимствованное слово» / Л.П. Крысин // Развитие лексики русского литературного языка. – М. : Наука, 1965. – С. 104–116.
111. Кубрякова Е.С. Основы морфологического анализа / Е.С. Кубрякова. – М. : Наука, 1974. – 320 с.
112. Кузьмин В.П. Нормативная и ненормативная специальная лексика / В.П. Кузьмин // Лингвистические проблемы научно-технической терминологии. – М., 1970. – С. 41–46.
113. Кулебакин В.С. Работы по построению научно-технической терминологии в СССР и советская терминологическая школа / В.С. Кулебакин, Я.А. Климовицкий // Лингвистические проблемы научно-технической терминологии. – М. : Наука, 1970. – С. 11–40.
114. Левковская К.А. О некоторых особенностях терминологии / К.А. Левковская // Тр. ин-та языкознания АН СССР. – М., 1959. – Т. 9. – С. 355–387.
115. Лейчик В.М. Лексическая вариантность и ее разрешение в системе, норме и речи (на материале научно-технических и общественно-политических терминов) / В.М. Лейчик // Вариантность как свойство языковой системы. Ч. I. – М., 1982. – С. 86–94.
116. Лейчик В.М. Терминоведение: предмет, методы, структура / В.М. Лейчик. – 3-е изд. – М. : Изд-во ЛКИ, 2007. – 256 с.
117. Лекомцева М.И. Структурная типология и славянское языкознание / М.И. Лекомцева // Устройство языка : сб. трудов. – М. : ОГИ, 2007. – С. 512–531.

Список використаних джерел

118. Леонтьев А.А. Иноязычные вкрапления в русскую речь / А.А. Леонтьев // Вопр. культуры речи. – 1966. – № 7. – С. 62–67.
119. Лингвистический энциклопедический словарь. – М. : Советская энциклопедия, 1990. – 682 с.
120. Литвинко О.А. Словотвірні та семантичні характеристики англійської термінологічної підсистеми машинобудування : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: 10.02.04 / О.А. Литвинко. – Харків, 2007. – 20 с.
121. Лотте Д.С. Основы построения научно-технической терминологии / Д.С. Лотте. – М. : Изд-во АН СССР, 1968. – 157 с.
122. Макаренко С.Н., Саак А.Э. История туризма / С.Н. Макаренко, А.Э. Саак. – Таганрог : Изд-во ТРТУ, 2003. – 94 с.
123. Манжос Я.Ю. Семантичні та функціональні особливості англомовних юридичних термінів – назв злочинів проти людини : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: 10.02.04 / Я.Ю. Манжос. – Харків, 2011. – 20 с.
124. Манцаева А.Н. Внутренние ресурсы образования лингвистических терминов / А.Н. Манцаева // Вестн. Ставропольского государственного университета. – 2008. – №56. – С. 107–113.
125. Марчук Ю.Н. Основы терминографии : метод. пособие. – М. : МГУ, 1992. – 76 с.
126. Мечковская Н.Б. Общее языкознание. Структурная и социальная типология языков / Н.Б. Мечковская. – М. : Флинта: Наука, 2009. – 312 с.
127. Митрофанова О.Д. Язык научно-технической литературы / О.Д. Митрофанова. – М. : Изд-во МГУ, 1973. – 147 с.
128. Морозова Л.В. Опыт дефиниционного описания терминополья: На базе терминов ядерной физики и техники: автореф. дис. на соиск. учен. степени канд. филोल. наук / Л.В. Морозова. – Калинин, 1970. – 18 с.

129. Мошняга Е.В. Концептосфера міжнародного туризму в контексте міжкультурної комунікації / Е.В. Мошняга // Знання. Розуміння. Уміння. – 2008. – №4. – С. 146–151.
130. Назаренко Н.А. Структурно-семантичні та функціональні характеристики економічної термінології (в межах сегмента терміносфери «ринок економіки»): дис. канд. філол. наук / Н.А. Назаренко. – Ставрополь, 2005. – 272 с.
131. Найвелът Е.М. Термін, термінополе, терміносистема / Е.М. Найвелът, Э.Н. Панин, Р.Г. Пиотровський // Лінгвістика і проблеми стилю. – Вип.1. ЛІІТІІ ім. А.І. Герцена. – Л., 1977. – С. 129–136.
132. Пекарська Л.А. Реалізація вимог до «ідеального» терміну в реально функціонуючих термінологіях / Л.А. Пекарська // Термін і слово : міжвуз. зб. наук. тр. – Горький : Вид-во Горьк. ун-та, 1981. – С. 22–28.
133. Подколзина Т.А. Метафора і типологія терміносистем / Т.А. Подколзина // Філологічні науки. – 1992. – № 3. – С. 90–100.
134. Полевые структури в системі мови / під ред. З.Д. Попової. – Воронеж : Вид-во Воронеж. ун-та, 1989. – 200 с.
135. Поливанов Е.Д. Труды по восточному и общему языкознанию / Е.Д. Поливанов. – М. : Наука, 1991. – 623 с.
136. Прима В.В. Фактори, які спричиняють запозичення лексичних одиниць сфери туризму до мовного стандарту / В.В. Прима // Філологічні студії : Наук. вісник Криворізького національного університету. – Кривий Ріг, 2012. – Вип. 8. – С. 114–120.
137. Прима В.В. Лінгвістичні терміни відпочинку англійських туристичних путівників по Україні / В.В. Прима // Вісн. Маріупольського державного університету. Сер. : Філологія. – Маріуполь, 2012. – Вип. 7. – С. 138–144.

Список використаних джерел

138. Прима В.В. Теоретичні аспекти дослідження термінологічної лексики / В.В. Прима // Наук. вісник Чернівецького університету: Германська філологія. – Чернівці, 2013. – Вип. 668. – С. 66–71
139. Прима В.В. Англомовна туристична термінологія : аспекти дослідження / В.В. Прима // Записки з романо-германської філології. – Одеса, 2013. – Вип. 1 (30). – С. 198–204.
140. Прима В.В. Лексико-семантичні відношення в англомовній туристичній термінології / В.В. Прима // Записки з романо-германської філології. – Одеса, 2013. – Вип. 2 (31). – С. 120–123.
141. Прима В.В. Функціонування англомовної туристичної термінології у путівниках по Україні / В.В. Прима // Записки з романо-германської філології. – Одеса, 2014. – Вип. 1 (32). – С. 127–132.
142. Прима В.В. Современные тенденции в изучении терминологии / В.В. Прима // *Universum: Филология и искусствоведение* : электрон. науч. журн. – 2014. – № 4 (6). – Режим доступа : <http://7universum.com/ru/philology/archive/item/1247>
143. Прима В.В. Туризм як інтерлінгвальна галузь / В.В. Прима // Матеріали III Всеукр. наук.-практ. конф. студ. та молодих науковців [«Сучасні напрямки досліджень міжкультурної комунікації та методики викладання іноземних мов»], (25 лют. 2011 р., Житомир). – Житомир, 2011. – С. 284–285.
144. Прима В.В. Теоретичні засади системності лексики в мові / В.В. Прима // Матеріали VII Міжнар. наук.-практ. конф. [«Наука в інформаційному просторі»], (29–30 верес. 2011 р., Дніпропетровськ). – Т. 4. – Дніпропетровськ, 2011. – С. 70–73.

145. Прима В.В. Варіативність мовної норми при виникненні нових лексичних одиниць / В.В. Прима // Матеріали VII Міжнарод. науч.-практ. конф. [«Научные исследования-2011»]. – Горловка, 2011. – С. 51–52.
146. Прима В.В. Особливості термінології туристичних путівників / В.В. Прима // Матеріали XII Міжнарод. науч.-практ. конф. [«Перспективы развития современной науки»]. – Горловка, 2011. – С. 48–50.
147. Прима В.В. Термины «тур», «туризм», «турист» в українському і англійському мовах / В.В. Прима // Матеріали XIII Міжнарод. науч.-практ. конф. [«Теория и практика современной науки»]. – Горловка, 2011. – С. 76–80.
148. Прима В.В. Похідні словосполучення синонімічного ряду «tourist» / В.В. Прима // Матеріали X Міжнарод. науч.-практ. конф. [«Современные тенденции в науке и образовании»]. – Горловка, 2011. – С. 20–21.
149. Прима В.В. Терміносистема туристичної сфери / В.В. Прима // Матеріали XI Міжнарод. науч.-практ. конф. [«Актуальные вопросы современной науки»]. – Горловка, 2011. – С. 39–42.
150. Прима В.В. Лексика та семантика в аспекті плюрилінгвізму / В.В. Прима // IX Масловские чтения : сб. науч. ст. – Мурманск : МГГУ, 2011. – С. 7–11.
151. Прима В.В. Сравнительный анализ английской и украинской лексики сферы туризма / В.В. Прима // Матеріали Міжнарод. науч.-практ. конф. [«Проблемы и перспективы филологического образования в контексте межкультурного взаимодействия»], 22–23 сент. 2011 г. – Хасавюрт, 2011. – С. 316–320.
152. Прима В.В. Готельні терміни англійських туристичних путівників по Україні / В.В. Прима // Матеріали XVIII Міжнарод. науч.-практ. конф. [«Проблемы и пути их решения в современной науке»]. – Горловка, 2012. – С. 118–121.

Список використаних джерел

153. Прима В.В. Терміни харчування англомовних туристичних путівників по Україні / В.В. Прима // Матеріали ХІХ Междунар. науч.-практ. конф. [«Рационализация современной науки»]. – Горловка, 2012. – С. 104–105.
154. Прима В.В. Транспортні терміни англомовних туристичних путівників по Україні / В.В. Прима // Матеріали Всеукр. науч.-практ. конф. [«Актуальні проблеми викладання іноземних мов для професійного спілкування»], 6–7 квіт. 2012 р. – Т. 2. – Дніпропетровськ, 2012. – С. 23–24.
155. Прохорова В.Н. Русская терминология (лексико-семантическое образование) / В.Н. Прохорова. – М. : МГУ, 1996. – 125 с.
156. Радкевич О.С. Сопоставительный анализ терминологии «Курортология» в английском и русском языках : дис. канд. филол. наук / О.С. Радкевич. – М., 2006. – 208 с.
157. Разинкина Н.М. Развитие языка английской научной литературы / Н.М. Разинкина. – М. : Наука, 1978. – 212 с.
158. Рахилина Е.В., Прокофьева И.А. Родственные языки как объект лексической типологии: русские и польские глаголы вращения / Е.В. Рахилина, И.А. Прокофьева // Вопр. языкознания. – 2004. – № 4. – С. 60–78.
159. Реформатский А.А. Введение в языковедение / А.А. Реформатский. – М. : Аспект Пресс, 2007. – 542 с.
160. Реформатский А.А. Термин как член лексической системы языка / А.А. Реформатский // Проблемы структурной лингвистики. – М. : Наука, 1968. – С. 103–125.
161. Романова Н.П. О мотивированности исконных и заимствованных терминов / Н.П. Романова // Вопр. терминологии и лингвистической статистики. – Воронеж : Изд-во Воронеж. ун-та, 1976. – С. 18–26.
162. Сапожникова О.С. К вопросу о переводе иноязычных элементов оригинала / О.С. Сапожникова // Актуальные вопросы теории и практики перевода научно-технической литературы. – Орел, 1980. – С. 40–42.

163. Селіванова О.О. Актуальні напрями сучасної лінгвістики (аналітичний огляд) / О.О. Селіванова. – Київ : Фітосоціоцентр, 1999. – 148 с.
164. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика : термінологічна енциклопедія / О.О. Селіванова. – Полтава, 2006. – 716 с.
165. Сербиновская Н.В. Формирование и развитие терминологического поля «маркетинг» в русском языке : автореф. дис. на соиск. учен. степени канд. филол. наук / Н.В. Сербиновская. – Ростов н/Д, 2008. – 21 с.
166. Сифоров В.И., Канделаки Т.Л. Методологические аспекты терминологической работы комитета научно-технической терминологии АН СССР / В.И. Сифоров, Т.Л. Канделаки // Вопр. языкознания. – 1983. – № 2. – С. 3–8.
167. Скороходько Э.Ф. Вопросы перевода английской технической литературы / Э.Ф. Скороходько. – Киев : Изд-во Киев. ун-та, 1963. – 91 с.
168. Сложеникина Ю.В. Терминологическая вариативность : семантика, форма, функція / Ю.В. Сложеникина. – 2-е изд., испр. – М. : Изд-во ЛКИ, 2010. – 288 с.
169. Смирницкий А.И. Очерки по сопоставительной грамматике русского и английского языков / А.И. Смирницкий. – М. : Высш. шк., 1975. – 379 с.
170. Снетова Г.П. Русская историческая терминология : учеб. пособие / Г.П. Снетова. – Калининград : КГУ, 1984. – 86 с.
171. Степанова М.Д. Лексикология современного немецкого языка : учеб. пособие / М.Д. Степанова. – М. : Академия, 2003. – 251 с.
172. Стоянова І.Ф. Лексико-семантична система англомовної травматологічної термінології : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.04 / І.Ф. Стоянова. – Одеса, 2007. – 19 с.
173. Султанов А.Х. Слово и термин : пролегомены к философии имени : монографія / А.Х. Султанов. – М. : РУДЫ, 2007. – 207 с.

Список використаних джерел

174. Суперанская А.В. Терминологическая работа на Западе // Всесоюз. конф. «Совершенствование перевода научно-технической литературы» : тез. докл. и сообщений. – М. : ВЦП при ГКНТ и АН СССР, 1978. – С. 152–153.
175. Суперанская А.В. Общая терминология : вопросы теории / А.В. Суперанская, Н.В. Подольская, Н.В. Васильева; отв. ред. Т.Л. Канделаки. – 4-е изд. – М. : Изд-во ЛКИ, 2007. – 248 с.
176. Суперанская А.В., Подольская Н.В., Васильева Н.В. Общая терминология: терминологическая деятельность / А.В. Суперанская, Н.В. Подольская, Н.В. Васильева. – 3-е изд. – М. : Изд-во ЛКИ, 2008. – 288 с.
177. Табанакова В.Д. Идеографическое описание научной терминологии / В.Д. Табанакова. – Тюмень : Изд-во Тюменского гос. ун-та, 1999. – 200 с.
178. Табанакова В.Д. Понятие научно-технического термина и требования к его определению / В.Д. Табанакова // Термин и слово : межвуз. сб. – Горький : Изд-во ГГН, 1982. – С. 24–28.
179. Татаринцов В.А. Лексико-семантическое варьирование терминологических единиц и проблемы терминографии : автореф. дис. на соиск. учен. степени канд. филол. наук / В.А. Татаринцов. – М., 1988. – 16 с.
180. Татаринцов В.А. Теория терминоведения : в 3 т. – Т. 1. Теория термина: история и современное состояние / В.А. Татаринцов. – М. : Московский лицей, 1996. – 311 с.
181. Телия В.Н. Метафора как проявление антропоцентризма в естественном языке / В.Н. Телия // Язык и логическая теория. – М., 1987. – С. 186–192.
182. Телия В.Н. Предисловие / В.Н. Телия // Метафора в языке и тексте. – М. : Наука, 1988. – С. 3–10.
183. Тихонова И.Б. Проблема омонимии в английской терминологии нефтепереработки / И.Б. Тихонова // Вестник ВолГУ. Серия 2. – 2008. – № 1 (7). – С. 165–166.

184. Тихонова И.Б. Синонимия в английской терминологии нефтепереработки / И.Б. Тихонова // Вестн. Башкирского университета. – 2009. – Т. 14. – №3. – С. 853–856.
185. Толикина Е.Н. Некоторые лингвистические проблемы изучения термина / Е.Н. Толикина // Лингвистические проблемы научно-технической терминологии. – М. : Наука, 1970. – С. 53–67.
186. Уфимцева А.А. Лексическое значение : семиологическое описание лексики / А.А. Уфимцева. – М. : Наука, 1986. – 240 с.
187. Уфимцева А.А. Лексическое значение. Принципы семиологического описания лексики / А.А. Уфимцева. – М. : УРСС, 2002. – 240 с.
188. Уфимцева А.А. Опыт изучения лексики как системы / А.А. Уфимцева. – М. : Изд-во Академии Наук СССР, 1962. – 287 с.
189. Уфимцева А.А. Слово в лексико-семантической системе языка / А.А. Уфимцева. – М. : Наука, 1968. – 287 с.
190. Федорченко Е.А. Становление и развитие терминологической лексики таможенного дела в русском языке : автореф. дис. на соиск. учен. степени д-ра филол. наук. Моск. гос. обл. ун-т / Е.А. Федорченко. – М., 2004. – 37 с.
191. Феоктистова В.В. Функциональные и структурно-семантические особенности английской научно-технической терминологии светотехнической промышленности : дис. канд. филол. наук. Мордовский гос. ун-т им. Н.П. Огарева / В.В. Феоктистова. – М., 1998. – 156 с.
192. Филатова Н.В. Жанровое пространство туристического дискурса / Н.В. Филатова // Вестник МГГУ. – Вып. 2. – М., 2012. – С. 56–63.
193. Фогель Г.Б. Структура, семантика та лексикографічна презентація англійської автомобільної термінології : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.04 / Г.Б. Фогель. – Запоріжжя, 2005. – 20 с.

Список використаних джерел

194. Хауген Э. Процесс заимствования / Э. Хауген // Новое в лингвистике. – 1972. – Вып. VI. – С. 344–382.
195. Хаютин А.Д. Термин, терминология, номенклатура : учеб. пособие / А.Д. Хаютин. – Самарканд : Самарканд. гос. ун-т, 1972. – 129 с.
196. Хижняк С.П. Специфика проявления терминологичности в языке (на материале русской юридической терминологии) / С.П. Хижняк // Лингвистические проблемы формирования и развития отраслевой терминологии. – Саратов, 1999. – С. 36–44.
197. Хижняк С.П. Юридическая терминология: формирование и состав / С.П. Хижняк. – Саратов : Изд-во Саратов. ун-та, 1977. – 133 с.
198. Циткина Ф.А. Терминология и перевод (к основам сопоставительного терминоведения) / Ф.А. Циткина. – Львов : Вища школа, 1988. – 155 с.
199. Цобенко О.В. Лексико-семантичне поле «ювелірні прикраси» в англійській мові / О.В. Цобенко // Записки з романо-германської філології. – Одеса, 2012. – Вип. 28. – С. 139–144.
200. Шанский Н.М. Лексикология современного русского языка : пособие для студ. пед. ин-тов. / Н.М. Шанский. – 2-е изд. – М. : Просвещение, 1972. – 188 с.
201. Шевчук В.Н. Действует ли лексико-семантический способ образования в современном английском языке? / В.Н. Шевчук // Теоретические проблемы научно-технической терминологии и практики перевода : тез. докл. зональной науч. конф. – Омск, 1985. – С. 39–43.
202. Шевчук В.Н. Динамика развития отраслевой терминологии как лексикографическая проблема / В.Н. Шевчук // Теория и практика научно-технической лексикографии : сб. статей – М. : Рус. яз., 1988. – С. 57–61.
203. Шелов С.Д. Термин. Терминологичность. Терминологические определения. / С.Д. Шелов – СПб. : СПбГУ, 2003. – 280 с.

204. Шелов С.Д. Терминологические поля и понятийная организация терминологии / С.Д. Шелов // Структурная и прикладная лингвистика. – Вып. 7 : межвуз. сб. ; под ред. А.С. Герда. – СПб. : Изд-во СПб. ун-та, 2008. – 392 с.
205. Шестак О.В. Полисемия терминов медицинских наук : дис. канд. филол. наук. Кубанский гос. ун-т / О.В. Шестак. – Краснодар, 2000. – 188 с.
206. Южакова О.І. Формування української термінології холодильної техніки : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.01 / О.І. Южакова. – Одеса, 2009. – 20 с.
207. Юшманов Н.В. Список элементов международной терминологии: словарь-справочник / Н.В. Юшманов. – М. : Наука, 1968. – 72 с.
208. Adams V. An Introduction to modern English word-formation. – London: Longman, 1973. – 230 p.
209. Antal L. Content, Meaning and Understanding / L. Antal. – The Hague: Mouton, 1964. – 63 p.
210. Antal L. Questions of meaning / L. Antal. – The Hague: Mouton, 1963. – 93 p.
211. Bartsch R. Norms, tolerance, lexical change, and context-dependence of meaning / R. Bartsch // Journal of Pragmatics. – 8. – P. 367–393.
212. Bartsch R. The influence of language standardization on linguistic norms / R. Bartsch // Studia Linguistica. – 1985. – 39 (I). – P. 23–50.
213. Bartsch R. The structure of word meaning / R. Bartsch // Varieties of Formal Semantics. – Dordrecht : Foris Publications, 1984. – P. 25–54.
214. Bejoint H. Modern lexicography : an introduction / H. Bejoint. – Oxford: Oxford Univ. press, 2000. – 276 p.
215. Beagrande R. de, Dressier, W. Introduction to Text Linguistics Text / R. de Beagrande, W. Dressier. – N.Y., – 1987. – 480 p.

Список використаних джерел

216. Bever T.G. The cognitive basis for linguistic structures / T.G. Bever // *Cognition and the Development of Language*. – New York: J.Willey, 1970. – P. 279–352.
217. Borkin A. Problems in Form and Function Text / A. Borkin. – New Jersey: Norwood, 1984, IX. – 153 p.
218. Chomsky N. Knowledge of Language. Its Nature, Origin and Use / N. Chomsky. – N.Y., 1986. – 296 p.
219. Crystal D. English as a Global Language / D. Crystal. – Cambridge University press. – 150 p.
220. Crystal D. Investigating English Style / D. Crystal. – London, 1969. – 264 p.
221. Dijk T.A. van. Text and Context / T.A. Dijk van. – London : Longman, 1977. – 264 p.
222. Fass D. Lexical Semantic Constraints / D. Fass // *Semantics and the Lexicon*. – Lnd., 1993. – P. 263–289
223. Fillmore Ch. On the organization of semantic information in the lexicon / Ch. Fillmore // *Papers from the parasession on the lexicon*. – Chicago: Chicago Linguistic Society, 1978. – P. 148–173.
224. Foley W., van Yalin R.D.J. Functional Syntax and Universal Grammar / W. Foley, R.D.J. Yalin van. – Cambridge : Univ. Press, 1984, XII. – 416 p.
225. Fries C.C. The Structure of English / C.C. Fries. – New York : Holt, Rinehart & Winston, 1952. – 304 p.
226. Galperin I.R. Stylistics / I.R. Galperin. – Moscow : Higher School Publishing House, 1971. – 342 p.
227. Geeraerts D. Cognitive Grammar and the History of Lexical Semantics / D. Geeraerts, B. Rudzka-Ostyn // *Topics in Cognitive Linguistics*. – Amsterdam-Philadelphia : John Benjamins, 1988. – P. 591–611.
228. Geeraerts D. Looking back in anger: cultural traditions and metaphorical patterns / D. Geeraerts, S. Grondalaers // *Language and the cognitive constructual of the world*. – Philadelphia, 1985. – P. 155–183.
229. Gibbs R.W. Process and Products in Making Sense of Tropes / R.W. Gibbs // *Metaphor and Thought* / Ed. by A. Ortony. – Cambridge: Cambridge University Press, 1993. – P. 252–276.

230. Goodenough, W.H. Cultural Anthropology and Linguistics // Report on the 7th Annual Round Table Meeting on Linguistics and Language Study. – Washington, D.C. : George town Univ. Press, 1957. – P. 109–173.
231. Groenendijk J. Semantics, pragmatics, and the theory of meaning / J. Groenendijk, M. Stokhof // Journal of Pragmatics, 1978, 2.– P. 49–70.
232. Gruber J.S. Lexical, conceptual and encyclopedic meaning / J.S. Gruber // Quaderni di semantica, 1985. Vol. VI, № 2. – P. 254–267.
233. Guide book. – Режим доступу : http://en.wikipedia.org/wiki/Guide_book
234. Haiman J. Dictionaries and Encyclopedias / J. Haiman // Lingua. – 1980. – N 50. – P. 329–357.
235. Halliday M.A. System and Function in Language / M.A. Halliday. – London: Oxford univ. press, 1976. – 251 p.
236. Hudson R. Some Basic Assumptions about Linguistic and Non-linguistic Knowledge / R. Hudson // Quaderni di semantica. – 1985. – Vol. VI. – №2. – P. 284–287.
237. Hymes D. Language in Culture and Society / D. Hymes. – N.Y., 1964. – 320 p.
238. Jackendoff R. Semantics and Cognition / R. Jackendoff. – Cambridge: The MIT Press, 1995. – 283 p.
239. Katz J. The structure of a semantic theory / J. Katz, J. Fodor // Language. – 1963. – Vol. 39, 2. – P. 170–210.
240. Labov W. The boundaries of words and their meanings / W. Labov // New Ways of Analyzing Variation in English. – Washington, DC: Georgetown U.P., 1973. – P. 340–373.
241. Lakoff J.G.S. A study in meaning criteria in the logic of fuzzy concepts / J.G.S. Lakoff // Papers from the 8th Regional Meeting: Chicago Linguistic Society, Chicago, 1972. – P. 183–228.
242. Langacker R.W. Language and its Structure : Some Fundamental Linguistic Concept / R.W. Langacker. – N.Y. : Harcourt, Brace a World, Inc., 1968. – 260 p.

Список використаних джерел

243. Lee L. Is Social Competence Independent of Cultural Context? / L. Lee // *American Psychologist*. 1979. – №34. – P. 795–796.
244. Leech J. *The Pragmatics* / J. Leech. – London ; N.Y. : Longman. – 1983. – 250 p.
245. Levison S.C. *Pragmatics* / S.C. Levison. – Cambridge : Univ. Press, – 1983. – 420 p.
246. Lyons J. *Language, Meaning and Context* / J. Lyons. – Lnd., 1981. – 256 p.
247. Lyons J. *Linguistic Semantics: An Introduction* / J. Lyons. – Cambridge, 1995. – 376 p.
248. Nayer V.L. *Stylistics and Pragmatics* / V.L. Nayer. – M. : MSLU, 2002. – 52 p.
249. Nelson Th.H. A File Structure for the Complex, the Changing and the Indeterminate / Th.H. Nelson // *ACM 20 National Conference Proceedings*. Cleveland, Ohio, 1965. – P. 84–100.
250. Nelson Th.H. *Literary Machines. Hypertext and Hypermedia* / Th.H. Nelson. – Boston : Acad. Press Professional. Harcourt Brace Company Publ, – 1993. – 296 p.
251. Nida E.A. *Componential Analysis of Meaning* / E.A. Nida. – The Hague-Paris: Mouton, 1975. – 331 p.
252. Osgood C. Language universals and psycholinguistics / C. Osgood // *Universals of language*. – Cambridge, Mass. : MIT Press, 1963. – P. 236–254.
253. Potter S. *Our Language. Harmonds* / S. Potter. – Word, 1957. – 202 p.
254. Riffaterre M. *Criteria for Style Analysis* / M. Riffaterre. – Word, 1960. XV. – P. 154–174.
255. Rosh E. Human categorization / E. Rosh // *Studies in Cross-Cultural Psychology*. – Vol. 1. – 1977. – P. 32–76.
256. Savory T.H. *The language of science* / T.H. Savory. – London, 1967. – 173 p.
257. Smith N. *Modern Linguistics: the Results of Chomsky's Revolution* / N. Smith, D. Wilson. – Middlesex : Penguin Books, 1979. – 334 p.
258. Sowa J.F. *Lexical and Conceptual structures* / J.F. Sowa // *Semantics and the Lexicon*. – Lnd., 1993. – P. 223–262.

259. Spitzer L. *Linguistics and Literary History* / L. Spitzer // *Essays in Stylistics*. – Princeton: Princeton University Press, 1968. – 21 p.
260. Stem G. *Meaning and Change of Meaning, with Special Reference to the English Language* / G. Stem. – Goteborg : Wettergren Kerber, 1931. – 456 p.
261. Taylor J. *Approaches to word meaning: The network model (Langacker) and the two-level model (Bierwisch) in comparison* / J. Taylor // *Current approaches to the lexicon*. – Frankfurt-am-Main, 1995. – P. 3–26.
262. Taylor J. *Linguistic categorization. Prototypes in linguistic theory* / J. Taylor. – Oxford : Clarendon, 1995. – 200 p.
263. Thornley G., Roberts G. *An Outline of English Literature* / G. Thornley, G. Roberts. – Longman House ; Essex, 1995. – 216 p.
264. Tkhor N. *Semantic Features that Form the Lexical Units of Literary Texts* / N. Tkhor // *Записки з романо-германської філології*. – Одеса : Латстар, 1998. – Вип. 3. – С. 315–324.
265. Wiengard H.E. *On the structure and the Contents of a General Theory of Lexicography* / H.E. Wiengard // *Proceedings Papers from the International conference on lexicography*. – Exeter, 1983. – P. 13–20.
266. Wienreich W.U. *On semantics* / W.U. Wienreich. – Philadelphia : Univ. Of Pennsylvania press, 1980. – 420 p.
267. Wierzbicka A. *Lexicography and conceptual analysis* / A. Wierzbicka. – N.Y. : Karoma publishers, 1985. – 219 p.
268. Wierzbicka A.A. *Cross-cultural pragmatics : the semantics of human interaction* / A.A. Wierzbicka. – Berlin; N.Y. : Mouton de Gryter, 1991. – 502 p.
269. Wierzbicka A. *Semantics : Primes and Universals* / A. Wierzbicka. – Oxford ; N.Y., 1996. – 402 p.
270. Zgusta, L. *Manual of Lexicography* / L. Zgusta. – Prague : Academia, 1971. – 360 p.
271. ДСТУ 4269: 2003. *Національний стандарт України. Туристичні послуги. Класифікація готелів*. – Режим доступу : <http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=ecfd6c5a-1760-3a2310&title=GaluzeviStandarti>

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ДОСЛІДЖЕННЯ

272. American Heritage Dictionary of the English Language. – Boston: Houghton Mifflin Company, 1976. – 1550 p.
273. Chambers Twentieth Century Dictionary. – Edinburgh : W&R Chambers Ltd, 1973. – 1648 p.
274. Collin P.H. Dictionary of Hotels, Tourism and Catering Management. – Teddington : Peter Collin Publishing, 1994. – 348 p.
275. Dictionary of Leisure, Travel and Tourism. Third edition. London : A&C Black Publishers Ltd, 2006. – 378 p.
276. Harris R., Howard J. Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality Terms. – Melbourne : Hospitality Press, 1996. – 511 p.
277. Longman Dictionary of English Language and Culture. – Edinburgh, 1998. – 1568 p.
278. Medlik S. Dictionary of Travel, Tourism & Hospitality. Third edition. – Oxford: Butterworth-Heinemann, 2003. – 283 p.
279. New Webster's Dictionary and Thesaurus of the English Language. – Danbury, 1993. – 1216 p.
280. Travel to Ukraine. – Режим доступа : <http://www.traveltoukraine.org>
281. Ukraine // Lonely planet. – Режим доступа : <http://www.lonelyplanet.com/ukraine>
282. Ukraine // The town guide. – Режим доступа : <http://thetownguide.co.uk/Ukraine/Index>.
283. Ukraine // World atlas. – Режим доступа : <http://www.worldatlas.com/webimage/countrys/>
284. Ukraine // World travels. – Режим доступа : <http://old.wordtravels.com/Travelguide/Countries/>
285. Ukraine // World travel guide. – Режим доступа : <http://www.worldtravelguide.net/ukraine>
286. Webster's New World College Dictionary. – Cleveland : Wiley Publishing, Inc., 2010. – 1536 p.

Наукове видання

ПРИМА Вікторія Валентинівна

**ТУРИСТИЧНА ТЕРМІНОЛОГІЯ:
СЕМАНТИКА І ФУНКЦІОНУВАННЯ**

Монографія

Редактор Л.В. Білокопитова
Комп'ютерне верстання В.В. Яценка
Дизайн обкладинки Н.Ю. Слінкіної

Формат 60x84/16. Ум. друк. арк. 6,41. Тираж 300 пр. Зам. 448.

Видавець і виготовлювач

Київський національний торговельно-економічний університет
вул. Кіото, 19, м. Київ-156, Україна, 02156

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи серія ДК № 4620 від 03.10.2013 р.