

СЕМАНТИЧНИЙ АСПЕКТ АНГЛОМОВНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ

Статтю присвячено розглядові основних аспектів дослідження англомовної туристичної термінології, зокрема, семантичного. Розглянуто загальні характерні риси англомовних туристичних термінів, їх семантичні та морфологічні параметри. Досліджено структуру англомовного термінологічного поля “туризм”. В результаті дослідження було виявлено, що переважна більшість із розглянутих туристичних термінів є іменниками. Розгляд формального аспекту термінів уможливив їхній розподіл за компонентною структурою на однокомпонентні, двокомпонентні та трикомпонентні.

Ключові слова: термін, термінологія, термінологічне поле, туризм.

Статья посвящена рассмотрению основных аспектов исследования англоязычной туристической терминологии, в частности, семантического. Рассмотрены общие характерные черты англоязычных туристических терминов, их семантические и морфологические параметры. Исследована структура английского терминологического поля “туризм”. В результате исследования было выявлено, что большинство из рассмотренных туристических терминов являются именами существительными. Рассмотрение формального аспекта терминов дало возможность провести их разделение по компонентной структуре как однокомпонентные, двухкомпонентные и трехкомпонентные.

Ключевые слова: термин, терминология, терминологическое поле, туризм.

The article outlines the main aspects of the English tourism terminology study, in particular, semantic one. General specific features, semantic and morphological characteristics of the English tourism terms are examined. The structure of the English terminological field “tourism” is studied. As a result of the investigation it is found out that most of the investigated terms are nouns. Investigation of the formal aspect of the terms made it possible to conduct their division by the component structure into one-component, two-component and three-component entities.

Key words: term, terminology, terminological field, tourism.

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 [1: 267].

Українська дослідниця О. О. Селіванова визначає термін як 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 [1: 267].

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.

Власне туристична термінологія виступала об'єктом лінгвістичного дослідження в компаративному (порівняння даної терміносистеми в англійській і російській мовах) та в діахронічному аспектах (Е. Т. Белан, Л. В. Виноградова). Цікавим доробком цих досліджень є періодизація появи туристичних термінів в англійській мові з 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 ХІХ століття) — основними мотивами подорожей була торгівля, паломництво, лікування, освіта; термінологія туризму складалась із номінацій засобів пересування та проживання, що позначалися лексичними одиницями з літературної мови (*carriage, board, excursion, hotel, resort*); 2) початок розвитку масового туризму (ХІХ століт-

тя) — закладання основ матеріально-технічної бази, методів роботи та управління туризмом; поява термінів *tourism*, *tourist* та номінацій, що пов'язані з посередницькими послугами турбюро, перевезенням, проживанням та харчуванням (*booking*, *transit*, *maitre d'hotel*, *a la carte*, *buffet*); 3) масовий конвеєрний туризм (початок ХХ століття — кінець Другої світової війни) — динамічний розвиток транспортних послуг та 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 відбилося в туристичній термінології (*nostalgic tourism*, *rural tourism*, *flotel*, *honeymoon suite*, *American plan*, *last minute tour*). Крім цього, автори цих розвідок відзначають, що англomовна термінологія туризму знаходиться на етапі наукового осмислення, розвивається та прагне до закінчення свого формування, що також увиразнює актуальність обраної теми дослідження [2; 3].

Мета даної статті полягає в аналізові семантичного аспекту англomовної туристичної термінології.

Об'єктом дослідження є англomовні терміни сфери туризму.

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

Матеріалом дослідження слугували близько 2000 англomовних термінологічних одиниць, отриманих методом суцільної вибірки з 4 спеціалізованих енциклопедій туристичних термінів та 5 тлумачних словників англійської мови.

Згідно з принципами польового підходу до моделювання мовних підсистем (З. Д. Попова, Й. А. Стернін) [4] розглядаємо весь корпус англomовної туристичної термінології як **термінологічне поле**, що має певну структуру та ґрунтується на декількох типах відношень між своїми елементами [5: 14].

Проведений тематичний аналіз англomовної 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 в залежності 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 із видом відпочинку: 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 терміну, наявність повного та короткого позначення одного поняття, що деякі дослідники уналежують до явища термінологічної варіативності [6]. 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: *concierge (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 [7: 64]. Яскравим прикладом розширення значення слугує англо-

мовна 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 же представленості досліджуваної туристичної термінології в англомовних тлумачних словниках становить лише четверту частину із зафіксованих в 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 [8]. 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 загальноповсякденну лексику, що ввійшла в туристичну термінологію (*room, bed, service* тощо). Водночас найменше представлена саме вузькогалузєва 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 [9].

В 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 (3 % та 1 % відповідно). Аналіз формального аспекту термінів уможливив розгляд їхньої компонентної структури. Так, 32 % англомовних термінів туризму є однокомпонентними, 66 % — двокомпонентними, та

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 [10]. 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 багатоконпонентних 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” [2]. Найбільш продуктивними гніздоутворювальними термінами в англійській термінології туризму є *tourism, tour, season, hotel, room, ticket, flight*.

Таким чином, досліджувана терміносистема має ознаки польової організації, яка ґрунтується насамперед на гіперо-гіпонімічних відношеннях. Аналіз англійського термінологічного поля “туризм” уможливив виокремлення в його структурі п’яти мікрополів, які, в свою чергу, містять декілька лексико-семантичних груп. Крім гіперо-гіпонімічних відношень, між конститuentами англійської туристичної термінології зафіксовано синонімічні відношення (паралельне термінування певного поняття декількома дослідниками, різні варіанти перекладу терміну, 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 англійської туристичної термінології є наявність полісемії, що виникла в результаті розвитку початкового значення певного слова, в основному — розширення.

Лише четверта частина наявних у спеціалізованих енциклопедіях термінологічних одиниць фіксуються нормативними словниками англійської мови. Найбільшу представленість має міжгалузева лексика, тоді як вузькогалузева лексика (мікрополе “*організація туризму*”) має доволі невисоку репрезентативність у тлумачних словниках.

Аналіз морфологічних параметрів англійської туристичної термінології показав, що переважна більшість із розглянутих туристичних

термінів є іменниками. Розгляд формального аспекту термінів уможливив їхній розподіл за компонентною структурою на однокомпонентні, двоконпонентними та трикомпонентні. Найпоширенішою словотвірною моделлю для двоконпонентних термінів є N+N. Дослідження словотвірних особливостей досліджуваної термінології виявило домінування багатоконпонентних 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”.

Перспектива подальшого дослідження полягає в розгляді функціонального аспекту англомовної туристичної термінології.

ПОСИЛАННЯ ТА ПРИМІТКИ

1. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія / О. О. Селіванова. — Полтава, 2006. — 716 с.
2. Белан Э. Т. Формально-структурный анализ терминов международного туризма в английском языке / Э. Т. Белан // Вестник МГОУ. Серия “Лингвистика”. — М., 2007. — № 2. — С. 92–100.
3. 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.
4. Полевые структуры в системе языка / Под ред. З. Д. Поповой. — Воронеж: Издательство Воронежского университета, 1989. — 200 с.
5. Канделаки Т. Л. Семантика и мотивированность терминов / Т. Л. Канделаки. — М.: Наука, 1977. — 167 с.
6. Изергина И. А. Синонимия в современной английской терминологии электроники : Автореф. дис. ... канд. филол. наук / И. А. Изергина. — Л., 1980. — 19 с.
7. 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.
8. Суперанская А. В., Подольская Н. В., Васильева Н. В. Общая терминология: Вопросы теории / Отв. ред. Т. Л. Канделаки. — Изд. 4-е. — М.: Издательство ЛКИ, 2007. — 248 с.
9. Цобенко О. В. Лексико-семантичне поле “ювелірні прикраси” в англійській мові / О. В. Цобенко // Записки з романо-германської філології. — Одеса, 2012. — Випуск 28. — С. 139–144.
10. Адмони В. Г. Основы теории грамматики / В. Г. Адмони. — М. — Л.: Наука. Ленинградское отделение, 1964. — 105 с.

Стаття надійшла до редакції 02.04.15