

Надійшла до редакції 23.01.2012 р.

УДК 347.78.034

СПЕЦИФІКА ТЕРМІНІВ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ: АНГЛІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКЕ СПІВВІДНОШЕННЯ

О. В. Соловійова,
Класичний приватний університет

Реферат. Стратегічною метою розвитку туристичної індустрії в Україні можна визначити створення конкурентоспроможного на світовому ринку туристичного продукту, здатного максимально задовольнити туристичні потреби населення країни, забезпечити на цій основі комплексний розвиток територій та їх соціально-економічних інтересів при збереженні екологічної рівноваги та історико-культурного довілля. При аналізі сфери надання туристичних послуг в Україні встановлено, що в значній мірі вона орієнтована на використання великої словникової бази, запозиченої з інших мов.

Ключові слова: сфера туристичних послуг, терміни, словникова база, мовне спілкування, термінолексика.

Аналізуючи перспективи розвитку туристичної індустрії в Україні на наступні десять років, перш за все, необхідно підкреслити, що сучасний туризм - це та сфера економіки і життєдіяльності суспільства в цілому, яка в тій чи іншій мірі інтегрує практично всі галузі. Саме це і визначає одне з перших місць, яке займає туризм у світовій економіці. Саме цей фактор повинен стати головним у формуванні нового державного підходу до туризму як тієї галузі, пріоритетний розвиток якої може позитивно вплинути на економічний і соціальний стан країни в цілому, стимулювати ряд важливих галузей економіки, сприяти зміцненню нового позитивного іміджу України на світовій арені.

Метою цієї статті є вивчення ролі термінологічних співвідношень у туристичній сфері на матеріалі англійської та української мов.

Попередній перегляд тематики наукових робіт, присвячених лінгвістичному опису розглянутої галузі знань, дозволив помітити, що аналіз лексики міжнародного туризму в нашій країні практично не проводився.

Туристична термінологія є мало вивченою і потребує інвентаризації, незважаючи на те, що протягом декількох останніх десятиліть така сфера людської діяльності, як туризм і надання туристичних послуг, швидко розвивалася і тепер перетворилася на досить розгалужену і перспективну галузь.

Стратегічною метою розвитку туристичної індустрії в Україні можна визначити створення конкурентоспроможного на світовому ринку туристичного продукту, здатного максимально задовольнити туристичні потреби населення країни, забезпечити на цій основі комплексний розвиток територій та їх соціально-економічних інтересів при збереженні екологічної рівноваги та історико-культурного довілля. Програма дій, зорієнтована на досягнення цієї мети, має бути синхронізованою із загальними темпами становлення ринкових механізмів і співвідносною з політикою структурних реформ в економіці. Вона повинна також враховувати накопичений досвід розвитку туризму у світі, що створює сприятливі умови доопрацювання та розроблення відповідної нормативно-правової бази туризму [1].

Невід'ємною складовою світового туристичного процесу є вітчизняна туристична галузь. Попри всі політичні та соціально-економічні негаразди останніх років індустрія туризму стала тією галуззю народного господарства України, яка з року в

рік без залучення державних дотацій стабільно нарощує обсяги виробництва туристичного продукту.

Туризм в Україні може і повинен стати сферою реалізації ринкових механізмів, джерелом поповнення державного та місцевих бюджетів, засобом загальнодоступного і повноцінного відпочинку та оздоровлення, а також ознайомлення з історико-культурною спадщиною та сьогоденням нашого народу і держави [2].

Сфера надання туристичних послуг в Україну в значній мірі орієнтована на використання великої словникової бази, запозиченої з інших мов. В силу історичних і соціальних причин в професійній сфері туризму найбільш вживаною визнається англійська мова.

Сьогодні туризм відносять до найсучасніших і найперспективніших індустрій, що швидко розвиваються і приносять вагомий прибуток. Розвиток туризму створює необхідність у забезпеченні туристичної галузі працівниками, які володіють відповідними фаховими вміннями та навичками. Відповідно з'являється необхідність в інтенсифікації навчального процесу, в актуалізації та оновленні навчальних програм, матеріалів, навчальних посібників, які повинні готувати студентів — майбутніх працівників туристичного бізнесу — до професійного спілкування, до набуття навичок професійно-орієнтованого мовлення, а також стимулювати їхню активність. Тим більше, що фахова спрямованість навчання є однією з провідних тенденцій у викладанні.

У будь-якій галузі людської діяльності однієї з ключових проблем є єдина понятійна база і відповідна їй спеціальна предметна термінологія. Питання про складання галузевих термінологічних словників є одним з найактуальніших в сучасному прикладному мовознавстві. Протягом вже декількох десятиріч це питання обговорюється в роботах провідних вітчизняних і зарубіжних вчених, оскільки воно тісно пов'язане з такими проблемами, як статус терміна і його місце в системі мови, системність термінології, особливості формування терміносистем, що належать різним мовам, і багатьма іншими питаннями.

Результатом розвитку цивілізації, засобом фіксації фактів її історії та одним із засобів її формування, є мова і, перш за все, спеціальна лексика — сукупність лексичних одиниць (термінів) спеціальних галузей знань, що утворює особливий пласт словникового складу, найбільш легко піддається свідомому регулюванню та впорядкуванню. Саме в спеціальній лексиці найбільш наочно виявляється зв'язок розвитку мови з історією матеріальної і духовної культури народу. Бурхливе зростання науково-технічних знань в наші дні відбивається в тому, що понад 90% нових слів, що з'являються в сучасних мовах, становить спеціальна лексика [5].

При цьому все більше число термінів проникає в загальноживану мову, а термінологічні проблеми роблять все більший вплив на мову в цілому, тому вивчення становища в галузі спеціальної лексики стає все більш важливим для розвитку мови.

Сфера понять, позначених термінами, що відносяться до туристичної термінології, пов'язана, перш за все, з людиною. В даний час відзначається зростання інтересу до людини і до всіх явищ, з ним пов'язаних, що відбивається в мові, в тому числі і в туристичній термінології. Отже, виявлення найбільш продуктивних словотворчих способів і морфологічних моделей, які брали участь у створенні туристичної термінології, робить актуальною спробу прогнозування подальшого розвитку названої галузі знання.

У роботі з термінологією туризму складності виникають вже на етапі відбору джерел спеціальної лексики, що підлягає дослідженню.

Природним інструментом в області інвентаризації та упорядкування лексики представляються тлумачні термінологічні словники. Відзначено, що досліджувана термінолексика характеризується великою кількістю загальноживаних слів, наяв-

ність яких свідчить, по-перше, про те, що розглянута термінологія має тісні зв'язки з загальноживаним мовою, по-друге, розглянута термінологія обслуговує не тільки фахівців в області туризму, але й в силу своєї специфічності є затребуваною людьми, які користуються її послугами.

Аналізом встановлено, що сфера надання туристичних послуг в значній мірі орієнтована на використання великої словникової бази, запозиченої з інших мов. В силу історичних і соціальних причин в професійній сфері туризму найбільш живаною визнається англійська мова.

Проведений формально-структурний аналіз термінів виявив, що з точки зору форми, багатослівні терміни переважають над однослівними, що є характерною рисою термінологій багатьох європейських мов. Домінування багатослівних термінів з одним загальним словом пояснюється порівняно недавнім походженням лексичних одиниць даної тематичної групи як в українській, так і в англійській мовах: зі словом *view* – *Garden view (GV)* – вид на сад, *Beach view (BV)* – вид на пляж, *City view (CV)* – вид на місто, *Dune view (DV)* – вид на дюни (на піски), *Golf view* – вид на затоку, *Grass view* – вид на газон, *Inside view (IV)* – вид на внутрішню частину готелю (внутрішній двір готелю), *Jungle view (JV)* – вид на джунглі, *Lagoone view (LV)* – вид на лагуну, *Land view (LV)* – вид на околиці, *Mountain view (MV)* – вид на гори, *Ocean view (OV)* – вид на океан, *Park view* – вид на парк, *Partial sea view* – частковий вид на море, *Pool view (PV)* – вид на басейн, *Road view* – вид на дорогу, *Side sea view (SSV)* – боковий вид на море, *Sea straight view* – прямий вид на море, *Sea view (SV)* – вид на море [8].

Зі словом *room* – *Single room* — одномісний номер з одним ліжком, *Twin room* – двомісний номер з двома ліжками, *Double room* – двомісний номер з одним подвійним ліжком, *Family room* – сімейний номер, *Dormitory room* – кімната типу гуртожитку.

Зі словом *ticket* – *Single ticket* – квиток в один кінець (туди), *Return ticket* – квиток в обидва кінці (туди і назад), *Open return ticket* – квиток туди і назад з нефіксованим датою зворотної поїздки, *Open jaw ticket* – квиток туди і назад, що дозволяє повертатися з пункту, відмінного від того, куди ви прилетіли, *Stand-by ticket* – дуже рідко зустрічається тип дешевих квитків, який дозволяє вам виїхати, як тільки з'явиться вільне місце на літак (потяг, автобус) в потрібному вам напрямку. Поки вільне місце не з'явилося, власникові квитка доводиться чекати в аеропорту (на вокзалі) [8].

Дослідниками встановлено, що багатослівні термінологічні одиниці складають трохи менше половини аналізованих спеціальних лексичних одиниць. Однак однослівні терміни служать для позначення понять, які є базовими, основними в даній області знання, і в середньому вони використовуються частіше, ніж багатослівні терміни.

Аналізом встановлено, що в англійській мові односкладові терміни домінують над іншими типами термінів (*departure* – виліт, *arrival* – прибуття (приліт), *reception* – служба прийому і розміщення в готелі, *infant* – дитина від 0 до 2 років, *rafting (рафтинг)* – сплав на плотах / байдарках / спеціальних човнах рафтах по річках (переважно гірським), *sailing (сейлінг)* – вітрильний спорт, *paragliding* – польоти на парашутах або парапланах в горах і над водою з вершин гір, *ballooning* – польоти на повітряних кулях [8].

Вважається, що в цілому лексика даної тематичної групи не є остаточно сформованою і усталеною, англійська термінологія досліджуваної тематичної групи виділилася трохи раніше, в той час як українська лексика аналізованої термінологічної групи тільки починає своє формування.

Встановлено, що, незважаючи на фактично невичерпні запаси слів, багатопланову їх сутність, різноманітний характер зв'язків, словниковий склад мови являє собою певну систему, яка не виходить за межі загальномовної системи, а навпаки, активно бере участь в її логічному розвитку.

Синонімія термінів — один з видів невідповідності термінів і понять термінів, тобто надмірність засобів формального вираження поняття. Проблема синонімії термінів, тобто використання декількох спеціальних лексичних одиниць для іменування одного поняття є однією з основних і найбільш важливих проблем термінознавства [5].

Синонімія (у всіх формах прояви) особливо характерна для ранніх етапів формування термінологічної системи, коли ще не відбувся природний (і штучний) відбір кращого терміна і співіснують багато запропоновані варіанти термінологічного найменування. Це ж можна спостерігати і зараз на прикладі формування термінології нових галузей знань, до якої відноситься і досліджувана нами лексико-семантична система.

Рівень синонімії в англійській та українській мовах досліджуваного лексико-семантичного поля відносно високий. Відзначається, що в обох мовах домінують терміни з частково збігається значенням, умовно використовуються як рівнозначні. Прикладами можуть служити такі терміни: *administrator – receptionist (адміністратор)*; *stewardess – cabin girl (покоївка)*; *second class – economy class (другий клас)*; *accommodation – room (кімната)*.

На відміну від нетермінів, багато з яких багатозначні, терміни в межах однієї науки повинні володіти однозначністю. Їм повинна бути властива чітко обмежена, переважно мотивована спеціалізація і абсолютна семантична точність. Називання однієї лексичної формою кількох понять, особливо належать до однієї предметної області, є однією з важливих термінологічних проблем, оскільки воно зустрічається практично у всіх областях знання і призводить до багатозначності і неточності значення терміна, що ускладнює спілкування фахівців і вчених.

Проблема багатозначності терміна протягом довгого часу була однією з традиційних проблем термінознавства. Але випадки, коли однією лексичною одиницею називаються кілька понять, можуть кваліфікуватися як полісемія (багатозначність) чи омонімія. Протягом ряду років у термінологічній літературі спостерігалися коливання в атрибуції цього явища.

Аналіз англійської та української термінології міжнародного туризму показав, що англійська термінологія розвивається, прагне до завершеності свого формування, знаходиться на науковому етапі у розвитку професійної галузі. Спостереження показали, що українська термінологія з міжнародного туризму знаходиться на початковому етапі свого розвитку. В якості доказів такого стану української термінології можна назвати наступні явища: широко представлена розгалужена синонімія термінів, велика кількість запозичень, наявність багатослівних словосполучень і т.д.

Сфера надання туристичних послуг в Україну в значній мірі орієнтована на використання великої словникової бази, запозиченої з інших мов. В силу історичних причин у професійній сфері туризму найбільш вживаною визнається англійська мова.

Вивчення частки запозичення в поповненні термінологічного фонду сфери туризму показало, що найбільше поширення воно отримало в українській мові, причому більша частина термінів запозичується з англійської мови. Переважання англійських термінів в українській термінології пояснюється насамперед екстралінгвістичними факторами: розвиток сфери туризму в Україні проходить з орієнтацією на зарубіжний досвід, а туризм як галузь економіки високо розвинена в англійськомовних країнах, тому обслуговуючі її терміни-англіцизми найбільш універсальні і відповідають потребам даного моменту розвитку туризму.

У всіх англійських запозичених термінів за ступенем адаптації в українській мові простежуються дві тенденції: 1) більшість англійських термінів набувають вигляд українських слів, 2) в мові сфери туризму є численні іншомовні вкраплення, в яких зберігається латинське написання однієї частини слова або цілого слова. Така близькість по зовнішній формі і внутрішнім змістом пов'язана зі зростаючою тенденцією до термінологічної інтернаціоналізації.

Таким чином, у результаті проведеного аналізу вдалося встановити, що, незважаючи на унікальність термінологічних систем української та англійської мов, в них виявляються загальні закономірності, що дають підстави для їх порівняльного розгляду. Ці закономірності стосуються принципів розвитку термінологічного фонду в цілому, принципів розвитку значення терміна і принципів номінації, які використовуються в мовах.

Отримані результати відкривають нові перспективні напрямки подальшого вивчення галузевих терміносистем з позицій лексичної типології. Зокрема, безсумнівний інтерес могло б представляти встановлення лексичних відмінностей між оригінальними туристичними текстами та їх перекладами, що дозволило б виявити лексичні заміни, не передбачені словниковими відповідниками. Є підстави вважати, що вельми перспективним могло б стати і цілеспрямоване вивчення ролі синонімії у формуванні термінології нових галузей знань.

РЕЗЮМЕ

Статья посвящена анализу сферы предоставления туристических услуг в Украине. Установлено, что данная сфера в значительной степени ориентирована на использование большого словарной базы, заимствованной из других языков. В силу исторических и социальных причин в профессиональной сфере туризма наиболее употребительным признается английский язык.

Ключевые слова: сфера туристических услуг, сроки, словарная база, речевое общение, терминология

SUMMARY

The article states that the analysis of the scope of travel services in Ukraine found that it is largely focused on the use of a large dictionary database, borrowed from other languages. Because of historical and social reasons in the professional field of tourism the most common recognized English language.

Key words: field of tourism services, terms, lexical database, linguistic communication, terminology

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Браймер, Р. Введение в гостиничный и ресторанный менеджмент [Текст] / Р. Браймер. – М., 1994. – 345 с.
2. Кусков, А. С. Рекреационная география [Текст] / А. С. Кусков, В. Л. Голубева, Т. Н. Одинцова. – М., 2005. – 493 с.
3. Мальська, М. П. Основи туристичного бізнесу : [Текст] : навч. посіб. / М. П. Мальська, В.В. Худо, В.І. Цибух. – К. : Центр навч. літ-ри, 2004. – С. 120.
4. Маринин, М. М. Туристские формальности и безопасность в туризме / М.М. Маринин. – М. : Финансы и статистика, 2003.
5. Виноградова, Л. В. Термины туризма в русском и английском языках: понятийная система / Л. В. Виноградова // Международный аспирантский вестник. Русский язык за рубежом. – 2010. – № 1. – С. 4–8.

6. Гринев-Гриневиц, С. В. Терминоведение: учеб. пособие для студ. выш. учеб. заведений [Текст] / С. В. Гринев-Гриневиц. — М. : Издательский центр «Академия», 2008. — С. 37—43.
7. Кифяк, В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / В.Ф. Кифяк // Чернівці : Книги-XXI, 2003. — 300 с.
8. Glossary of Tourism Industry Terminology [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.tourismknowledge.com>. — Загол. з екрану.