

Мизин Т. О.,

кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри іноземних мов природничих факультетів
Київського національного університету імені Тараса Шевченка

СТРУКТУРНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ТЕРМІНІВ СФЕРИ ТУРИЗМУ

Анотація. У статті розглядаються окремі аспекти структурних характеристик термінів сфери туризму. Особливістю термінології сфери туризму є велика кількість загальноживаних слів, що свідчить про тісні зв'язки термінології із загальноживаною мовою і що вона, в силу своєї специфічності, обслуговує не тільки фахівців в індустрії туризму, а й людей, які користуються послугами досліджуваної сфери.

У цьому дослідженні під туристичним терміном ми розуміємо слово чи словосполучення, що репрезентує поняття цієї сфери, є відтворюваним, має дефініцію, зафіксовану в лексикографічних джерелах. У статті аналізується класифікація термінів за їхніми структурними характеристиками. Визначено, що найпродуктивнішим типом словотвору є словоскладання. Композити, зафіксовані в дослідженні, творяться шляхом чистого словоскладання, об'єднання складових частин за допомогою поєднуючого елемента, основокладання з матеріально вираженим суфіксом та об'єднання термінів у словосполучення. Виокремлено п'ять структурних моделей термінів сфери туризму. Доведено, що найчастотнішими термінами-словосполученнями є двокомпонентні моделі. Найпродуктивніша модель утворення композитів – $N+N$. Помітний пласт лексики сфери туризму представлений скороченнями. Виділено декілька структурних типів аббревіатур: скорочення за першими літерами вихідного терміна, скорочення за опорними літерами слова та комбіновані аббревіатури, в яких аббревіатура є компонентом складного слова. Досліджено випадки телескопії серед термінів. Усі вони є прикладами рестриктивного бленду і результатом тенденції до економії мовних зусиль. Досліджуються типи конверсійних зв'язків, які не є надто різноманітними при творенні термінологічної лексики сфери туризму. Встановлено два типи таких зв'язків: $N - V$ та $Adj - N$. Зазначається, що досить активним є поєднання конверсії зі словоскладанням. Акцентується увага, що афіксація є одним із найактивніших типів творення термінів сфери туризму. Підкреслюється, що суфіксація є частотнішою, ніж префіксація. Виділяються найчастотніші префікси та суфікси. Встановлено, що найбільш поширеним типом афіксації при творенні термінів сфери туризму є префіксація + суфіксація.

Ключові слова: термін, сфера туризму, словоскладання, скорочення, телескопія, конверсія, афіксація.

Постановка проблеми. До числа найбільш актуальних питань, що розглядаються в мовознавстві, відносять вивчення термінологічних систем різних галузей. Термінологія сфери туризму, у порівнянні з іншими галузями знань, має свою специфічну структуру зумовлену комплексом різних видів діяльності, кожен із яких налічує власну групу термінів, що відрізняється від інших груп термінів туризму специфікою кожного окремого виду діяльності. Традиційно до індустрії туризму відносять такі галузі: гостинності, транспорту, розваг, харчування.

Особливістю термінології сфери туризму є велика кількість загальноживаних слів, що свідчить про тісні зв'язки термінології із загальноживаною мовою і що вона, в силу своєї специфічності, обслуговує не тільки фахівців в індустрії туризму, а й людей, які користуються її послугами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання термінології є надзвичайно суперечливими і дискусійними. Лінгвісти трактують поняття з різних позицій, тому виникає безліч підходів до його визначення і дослідження. Терміни були об'єктом та предметом вивчення як вітчизняних так і зарубіжних лінгвістів: О.О. Селіванової, В.І. Карабана, А.С. Д'якова, Т.Р. Кияка, З.Б. Куделько, Д.С. Лотте, М.Т. Cabré, P.A. Faber and L.-A. Pilar. Останні дослідження термінів сфери туризму охоплюють досить широкий спектр питань. Лексичні засоби творення термінів сфери туризму в когнітивно-прагматичному аспекті розглядають І. Гречухіна, І. Сахно. Різноманітні способи номінації термінів досліджено Ю.М. Демоновою та Ф.М. Мешеряковим. У фокусі уваги В.В. Прими є семантика та функціонування цих лексичних одиниць. О. Матвіяс, О. Романчук, Н. Базиляк висвітлюють питання комплексних фразеологічних одиниць. А.А. Литвин досліджує терміни сфери туризму з точки зору лінгвальних, лінгвокультурологічних та лінгвопрагматичних параметрів. В.В. Ліпінська розглядає особливості англійської та української терміносистем у галузі міжнародного туризму. І.В. Перішко вивчає сучасні тенденції формування лексики в галузі туризму. Вагомий внесок у дослідження проблеми словотвірної-структурної особливості термінів сфери туризму зроблено В.В. Бушковою та О.Л. Сиборовою. Але до сьогодні проблема структурних характеристик термінів сфери туризму є недостатньо вивченою. Дискусійний статус термінології, зростаючий інтерес до спеціальної лексики окремих галузей знання та недостатня вивченість проблеми зумовлюють **актуальність** теми нашого дослідження.

Перед собою у цій розвідці ми ставимо за мету дослідити продуктивні способи творення термінів сфери туризму. Поставлена мета передбачає вирішення таких **завдань**: встановити місце термінології туризму в структурі сучасної англійської мови; виявити структурні моделі, за якими утворюються досліджувані терміни.

Виклад основного матеріалу. Терміносистема сфери туризму є відкритою, динамічною системою, яка налічує великий пласт термінів. Це обумовлено зростаючою популярністю такої галузі, як туризм. В основі лексики лежить загальноживана мова і велика кількість термінологічних номінацій, які використовуються не тільки фахівцями галузі, а й безпосередніми користувачами послуг.

У цьому дослідженні під терміном сфери туризму ми будемо розуміти слово чи словосполучення, що репрезентує поняття цієї

сфери, є відтворюваним, має дефініцію, зафіксовану в лексикографічних джерелах.

Слідом за А.Я. Коваленко поділяємо всі терміни на прості, складні та терміни-словосполучення. Прості терміни – це терміни, що складаються з одного слова. Складні терміни складаються з двох чи більше слів, які пишуться разом або через дефіс. До термінів-словосполучень належать терміни, що складаються з декількох компонентів, кожен із яких характеризує певною будовою та конкретним способом словотвору [1, с. 259].

Дослідження, проведене на матеріалі лексикографічних джерел [2; 3; 4; 5; 6] свідчить, що 9,2% термінів-синонімів є однокореневими лексичними одиницями: *hotel – готель; leg – етап поїздки; tour – подорож*.

О. Єсперсен, Г. Марчанд стверджують, що основними джерелами поповнення словникового складу сучасної англійської мови є різноманітні види морфологічного, синтаксичного та синтактико-морфологічного способів словотвору [7; 8]. Термінологія сфери туризму не є винятком. Для номінації використовуються терміни, що виникли в результаті різних способів терміновтворення.

Найпродуктивнішим способом поповнення термінології сфери туризму, за даними нашого дослідження, є словоскладання (57,3%), результатом якого є складні слова або композити. Слідом за О. Селівановою складними словами (композитами) ми вважаємо номінативні одиниці, які є цілісно оформленими графічно і лексико-граматично, мають дві чи більше ономазіологічні ознаки (у словотворі – твірні основи чи корені) [9, с. 228].

М.В. Бойчук, В.М. Бойчук звертають увагу, що трактування терміну *композит* є неоднозначним. У широкому розумінні це – складні слова, сформовані двома або кількома словами, основами чи коренями, що об'єднані в одну лексичну одиницю, яка має формально-граматичні та семантичні ознаки окремого слова. У вузькому розумінні їх варто розуміти як похідні складні слова, утворені шляхом основокладання [10, с. 21].

Д.Е. Дмитрошкін наголошує, що єдиним способом показати основи словоскладання є класифікація складних слів за природою їхніх головних елементів [11, с. 67]. Традиційно виділяються складні слова з номінативним, вербальним і ад'єктивним головним елементом. Зауважимо, що оскільки в англійській мові слово може належати до більш ніж однієї категорії, такі класифікації є досить проблематичними. У подібних випадках ми застосовуємо критерії граматичної і лексичної сполучуваності та критерій частотності.

Загалом існує велика кількість композитних утворень в англійській мові, які можуть складатися з двох, трьох, чотирьох і більше основ, проте переважна більшість із них складається з двох основ. Слід зазначити, що 78,3% таких композитів є двоскладовими і лише 21,7% – трискладовими чи чотирикладовими.

Композити, зафіксовані нами, творяться шляхом: а) чистого словоскладання (*campground – кемпінг, chairlift – канатно-крісельна дорога*); б) об'єднання складових частин за допомогою поєднуючого елемента (*agrohôtel – агроготель, climatotherapy – кліматотерапія*); в) основокладання з матеріально вираженим суфіксом (*skin-diving – пірнання з аквалангом; agritourism – агротуризм*); г) терміни-словосполучення (*around-the-world – кругосвітня подорож; run-of-the-house – фіксований тариф за будь-який із номерів готелю*). Останні

набули статусу композитів завдяки широкому вжитку, що спонукало до їхнього оформлення як окремих лексичних одиниць.

Шляхом суцільної вибірки ми виокремили п'ять структурних моделей термінів сфери туризму:

- 1) *N+N* (68,4%): *chambermaid* – покоївка; *deckchair* – шезлонг;
- 2) *V+Adv* (17,2%): *takeaway* – ресторан із стравами на виніс; *tidy-up* – прибирання номерів;
- 3) *Adj+N* (4,8%): *backcountry* – віддалена місцевість;
- 4) *N+Adj* (4,8%): *duty-free* – безмитний;
- 5) *Adv+N* (4,8%): *down-market* – дешевий готель, ресторан.

Без сумніву, найпродуктивнішою моделлю утворення композитів є *N+N*, у якій одна іменникова основа модифікується іншою і за якою утворюється абсолютна більшість таких термінів. У результаті основокладання композит, як правило, набуває морфологічних ознак другого компонента. Проте бувають і винятки. Так, наприклад, досить поширеною є структура *V+Adv*, у якій композит набуває морфологічної ознаки іменника: *sleepover* – *ночівля*. Складні іменники з першим дієслівним компонентом охоплюють два підтипи: а) з безпосередньо дієслівним компонентом (*check-in* – оформлення заїзду в готель; *stop-off* – зупинка в дорозі) та б) віддієслівним першим компонентом (*fishing-boat*). Слід зазначити, що останні зустрічаються дуже рідко серед досліджуваних нами термінів.

Ми також виявили випадки деривативної композиції, способу, при якому один із компонентів є дериватом простого слова. Композити, утворені шляхом основокладання з матеріально вираженим суфіксом переважно мають суфікси *-er* та *-ing*: *backpacking* – туристичний похід; *dogsledding* – катання на запряжених собаками санях; *four-poster* – ліжко з завісою на чотирьох стовпчиках; *outfitter* – торговець туристичного спорядження; *skin-diving* – пірнання з аквалангом; *snowmobiling* – катання на снігоходах.

Спостерігаємо активне творення складних іменників від дієслів із постпозитивами на зразок *on, up, out*: *add-on* – доповнення (до програми, туру); *pick-up point* – місце збору туристичної групи; *check-out* – оформлення виїзду з готелю. Їхні складові частини структурно й семантично взаємозалежні, не дорівнюючи при цьому одна одній.

За нашими спостереженнями, композити найбільш представлені в іменниках. Думаємо, що це пов'язано з семантичною природою іменника як частини мови, його семантичною функцією.

Ще одним продуктивним типом творення термінів сфери туризму є скорочення (18,4%), що пояснюється тенденцією до економії мовних зусиль. Такі лексичні одиниці мають здатність стисло викласти найрізноманітнішу інформацію. У цілому, їхня поява – результат узагальнення. Ми погоджуємося з Л. Сандій, що це процес вторинної номінації, суть якого полягає в створенні складноскороченого слова шляхом усічення лінійних частин твірних елементів і згорання (ущільнення, але не редукції) змісту вихідної словосполуки у семантичну єдність [12, с. 220].

Традиційно виділяють чотири типи скорочень: аббревіатури, акроніми, усічення та телескопію [13, с. 108].

Аббревіатури є короткими варіантами вихідного терміна, з яким вони мають ідентичне змістове наповнення і є взаємозамінними. Характеризуючись компактністю, вони сприяють більш лаконічному вираженню певного поняття.

Існує точка зору, що наявність аббревіатур у мові певної галузі є ознакою її фаховості [14, с. 146].

Н. Книшенко також стверджує, що вони є дуже зручними в професійних сферах спілкування, оскільки забезпечують зменшення формального обсягу текстів, водночас зберігають їх інформативну насиченість і є зрозумілими для спеціалістів певної галузі [15, с. 20]. Слід зазначити, що скорочення співіснують із повними формами.

Наше дослідження свідчить, що номінації, створені шляхом аббревіації, складають помітний пласт лексики сфери туризму.

Видається доречним виділити декілька структурних типів аббревіатур:

– скорочення за першими літерами вихідного терміна: *CP (continental plan) – готельний тариф, який включає вартість розміщення і континентальний сніданок; FTO (Federation of Tour Operators) – Федерація туристичних операторів;*

– скорочення за опорними літерами слова: *incl. – including/inclusive; rte – route;*

– комбіновані аббревіатури, в яких аббревіатура є компонентом складного слова: *AA awards – вища категорія обслуговування; GDS connection – підключення до глобальної дистрибуторської системи.*

Щодо форми скороченої частини за опорними літерами розрізняються три групи скорочень: афереза, апокопа, синкопа. Наше дослідження свідчить, що апокопа (*dep. – departure; reg. – regular*) та синкопа (*locn – location; regd – registered*) представлені досить широко. Випадків аферези не зареєстровано.

Комбіновані аббревіатури, в яких скорочення є компонентом складного слова досить поширені серед термінів сфери туризму (*AA rosette – присудження вищої категорії обслуговування засобу харчування; VIP guest – високоповажний гість*). Проте такі скорочення навряд чи можна назвати аббревіатурами, оскільки ці форми утворюються шляхом одночасного скорочення і словоскладання.

Наше дослідження свідчить про наявність еліптичних аббревіатур, у яких упущений один із компонентів: *CTT – Council for Travel and Tourism; WTTC – World Travel and Tourism Council*. Найрегулярнішими еліптичними елементами є прийменники та сполучники.

Серед англійських термінів сфери туризму фіксуємо приклади, де сполучник замінено символом &: *F&B (food and beverage); k&b (kitchen and bathroom).*

У результаті фонологічного злиття компонентів аббревіатури утворюються акроніми, лексичні одиниці, які набули статусу звичайних слів. Вони читаються відповідно до правил орфоєпії і вимовляються як звичайні слова: *MICE – Meeting, Incentives, Confernces, Exhibitions*. Існування акронімів свідчить, на нашу думку, про поширення процесів аббревіації не лише в писемному, а й в усному професійному мовленні.

Ще одним поширеним типом творення термінів сфери туризму є телескопія (4,2%). Під цим терміном, слідом за Л. Сандій, ми розуміємо продуктивну модель, що передбачає створення нових найменувань за трьома альтернативними схемами, а саме:

- з'єднання усічених елементів двох твірних слів;
- сполучення одного цілого слова з усіченою частиною іншого слова або навпаки – усіченого з цілим;
- злиття неусічених слів з обов'язковим накладання спільних фонографічних сегментів [12, с. 222].

Цим лексичним одиницям притаманна новизна, неочікуваність. Як правило, існування таких слів пояснюється мовною

грою. Це слова-гібриди, які відображають тенденцію до економії мовних зусиль.

О. Бондаренко умовно називає явище телескопії «фонетико-графічним нагадуванням», завдяки якому підсилюється семантика новоутворення [16, с. 130].

Ці лексичні одиниці інтегрують у собі форми та значення лексичних одиниць, що вже існують у мові: *motel (motorising + hotel); glamping (glamour + camping)*. Усі зареєстровані випадки телескопії є прикладами рестриктивного бленду, при якому перший елемент модифікує другий.

Вважаємо за необхідне серед термінів виділити такі, що утворені за допомогою конверсії.

Під конверсією ми розуміємо морфолого-синтаксичний спосіб словотворення, при якому слово змінює лексико-граматичну категорію та дистрибутивні характеристики без використання дериваційних елементів.

О. Есперсен і Е. Бенвеніст виділяють конверсію серед продуктивних типів словотвору в англійській мові [7; 17].

Результати нашого дослідження також показують, що конверсія є досить активним способом словотвору термінів сфери туризму. Вона складає 8,7%.

Водночас, дослідження свідчить, що при творенні термінологічної лексики конверсійні зв'язки не є надто різноманітними. Нами зафіксовано два типи конверсійних зв'язків: *N – V (tip – чайові + to tip – давати чайові; tour – подорож + to tour – подорожувати); Adj – N (open – відкритий; open – вільний номерний фонд готелю)*. Слід зауважити, що досить активним є поєднання конверсії зі словоскладанням: *takeaway – ресторан із стравами на виніс; tidy-up – прибирання номерів*.

Ще один поширений спосіб творення термінології сфери туризму представлений афіксацією (11,4%). Цей тип словотвору є досить зручним, оскільки він дає змогу висловити будь-яку думку в межах одного слова. Зауважимо, що суфіксація використовується набагато частіше, ніж префіксація. Так, досліджувані нами терміни утворені за допомогою префіксації складають 12,8% від усіх термінів, утворених за допомогою афіксації. Терміни, утворені за допомогою суфіксації складають 49,8%.

Суфіксальну модель використовують у творенні різних частин мови, проте найчастіше при творенні термінологічних одиниць, представлених іменниками: *contingency – страховий випадок; entertainment – розвага; service – послуга, обслуговування*.

Дослідження показує, що найчастотнішими суфіксами є: *-ing (67%), -tion (24%)*. 9% припадає на інші суфікси.

Префіксальна модель творення термінів сфери туризму також досить продуктивна. Вона представлена багатофункціональними префіксами, які використовуються для творення термінів-прикметників та термінів-дієслів: *inbound – в'їзний; pre-book – бронювати заздалегідь*.

Продуктивний префікс *eco-* належить до інтернаціональних і застосовується в творенні термінів інтернаціоналізмів: *ecotour (екологіческий тур); eco-tourism (екотуризм)*.

Найчастотнішими є префікси: *in-* (34%), *pre-* (21%), *re-* (17%). Частка інших префіксів складає 28%.

Проте найбільш поширеним типом афіксації при творенні термінів сфери туризму є префіксація + суфіксація (37,4%): *accommodation – розміщення; recreation – відпочинок*. Зауважимо, що найчастотнішим є поєднання префіксів *ac-* та *re-* з суфіксом *-tion*. Нами зафіксовано лексичну одиницю з двома префіксами: *re-enactment – відтворення історичної події*.

Висновки. Узявши до уваги все вищесказане, ми можемо зробити висновок, що лексика сфери туризму має, з одного боку, ознаки термінології та слів професійного спілкування, з іншого – вона належить до загальноповсякденного лексичного шару. Дослідження виявило, що найтипівшим способом творення термінів є словоскладання. Більшість композитів є дво-складовими; найпродуктивніша модель утворення композитів представлена моделлю $N+N$. Помітний пласт лексики сфери туризму складають лексичні одиниці, утворені шляхом скорочення, конверсії, телескопії та афіксації.

Розроблені в результаті дослідження матеріали відкривають додаткові **перспективи** для подальшого дослідження термінології сфери туризму, зокрема для вивчення їхнього функціонування в тексті.

Література:

- Коваленко А. Я. Науково-технічний переклад. Тернопіль : Вид-во Карп'юка, 2004. 284 с.
- Мальська М.П., Микитенко Н.О., Котловський А.М. Англо-український словник термінів сфери туризму. Київ : Центр учбової літератури, 2015. 448 с.
- Dictionary of travel, tourism and hospitality. URL: https://issuu.com/issuesoto/docs/dictionary_of_travel_tourism_ho.
- Glossary of Tourism Terms. URL: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>.
- Tourism Glossary. URL: <https://www.gdrc.org/uem/eco-tour/t-glossary.html>.
- Travel Terms Glossary. URL: <https://www.travelwta.com/travel-terms-glossary/>
- Jespersen O. Essentials of English Grammar. London : G. Allen & Unwin, 1964. 387 p.
- Marchand H. Word-building in the English Language. Cambridge : Cambridge University Press, 1980. 293 p.
- Селіванова О. Сучасна лінгвістика : термінологічна енциклопедія. Полтава : Довкілля-К, 2006. 716 с.
- Бойчук М.В., Бойчук В.М. Композиція та юкстапозиція як засіб номінації в заголовках періодичних Інтернет-видань. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна»*. Острог, 2016. Випуск 61. С. 20–23.
- Дмитрошкін Д.Е. Оказіональні композити у сучасному американському спортивному дискурсі. *Вісник Київського міжнародного університету. Серія «Іноземна філологія»*. Київ, 2009. Випуск 6. С. 63–78.
- Сандій Л. Скорочення як один із способів словотвірної номінації в англійській мові сфери економіки. *Актуальні проблеми романо-германської філології та прикладної лінгвістики : науковий журнал*. Чернівці, 2016. Вип. 11-12. Ч. 2. С. 220–224.
- Погоріла А.І. Словотвірні механізми творення неологізмів англійської мови. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Філологія»*. Одеса, 2017. Випуск 31. Том 2. С. 107–109.
- Петрина О. Структурні особливості аббревіатур у банківській термінології (на матеріалі англійської та української мов). *Актуальні проблеми романо-германської філології та прикладної лінгвістики : науковий журнал*. Чернівці, 2016. Вип. 11-12. Ч. 2. С. 145–149.
- Книщенко Н. Аббревіація в системі сучасної дорожно-будівельної термінологічної номінації. *Збірник наукових праць «Проблеми української термінології»*. Львів, 2010. С. 19–22.
- Бондаренко О., Черневич А. Англійські неологізми : нове у використанні способів утворення. *Вісник Запорізького національного університету. Філологічні науки*. 2010. №1. С. 127–131.
- Benvenist E. English Lexicology. Moscow, Prosveshchenie, 1975. 242 p.

Myzyn T. Structural characteristics of the terms of tourism sphere

Summary. The paper covers some aspects of structural characteristics of tourism terms. The peculiarity of terminology in the sphere of tourism consists in a big quantity of common words that is the evidence of close ties of terminology with the language in current use. It testifies to the fact that tourism terms are used not only by specialists in tourism industry but also by people who take advantage of its services.

In this research by the *term* of the tourism sphere we mean a word or a word combination that represents a notion of the sphere, is reproducible, has a definition registered in dictionaries. As the article deals with structural peculiarities of English tourism terms, the classification of terms is provided and analyzed. It is found out that the most productive type of term formation is compounding. Composite words are coined by means of pure composition, compounding with the help of a linking element, composition combined with affixation and phrase formation. It is proved that the most frequent are models with two components. The most productive model is $N+N$. The prevalence of the model is explained by the semantic function of the noun as a part of speech. A tangible layer of tourism vocabulary is represented by shortened words. Several structural types of the process are singled out: shortening according to the initial letters of the reference word, shortening according to the main letters and combined variants in which an abbreviation is a component of the compound word. Shortened words contribute to a laconic expression of a definite notion. Cases of telescoping are researched. All of them are examples of restricted blending. These hybrid-words reflect the tendency towards economy of speech efforts. Types of ties between converted words are analyzed. It is found out that they are not too diverse. Two types $N - V$ and $Adj - N$ are singled out. The attention is focused on affixation which is one of the most productive types of tourism terms formation. It is underlined that suffixation is more often used than prefixation. The most frequently used affixes are highlighted. It is ascertained that the most widespread type of affixation is the combination of prefixation and suffixation.

Key words: term, tourism sphere, compounding, shortening, telescoping, conversion, affixation.