

*Мизин Т. О.,**кандидат філологічних наук, доцент,**доцент кафедри іноземних мов природничих факультетів
навчально-наукового інституту філології**Київського національного університету імені Тараса Шевченка**<https://orcid.org/0000-0003-2627-5670>*

ЕТИМОЛОГІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ АНГЛОМОВНИХ ТЕРМІНІВ СФЕРИ ТУРИЗМУ

Анотація. У статті розглядаються етимологічні характеристики англомовних термінів туристичної сфери. Зазначається, що термінологія сфери туризму, у порівнянні з іншими галузями знань, має свою специфічну структуру зумовлену комплексом різних видів діяльності та взаємодіє з термінами багатьох інших галузей знань і поповнюється їхніми одиницями. Виділено дві групи лексичних одиниць з огляду на їхнє походження: питомі та запозичені. Під питомим словом в англійській мові вважається те, яке зафіксоване в найдавніших писемних пам'ятках староанглійського періоду. Запозичення розглядаються як іншомовні лексичні одиниці взяті з лексичного фонду інших мов для вираження нових понять чи відтінків значень у результаті багатосторонніх контактів у різних галузях діяльності людини, а також сам процес переходу одиниць з однієї мови до іншої. Виділено та схарактеризовано два основних фактори, що зумовлюють запозичення лексики: лінгвістичні та екстралінгвістичні. Зазначено, що форми взаємодії не обмежуються запозиченням окремих лексичних одиниць. Вона відображається і на інших мовних рівнях. Встановлено, що іншомовна лексика характеризується різним ступенем асиміляції в англійській мові. Виявлено, що найбільша кількість туристичних термінів, як і найбільш поширені серед запозичених морфем, були прямо або через мови-посередники запозичені з латинської та старогрецької мов. Встановлено основні хронологічні періоди їхнього надходження до англійської мови. Зазначено, що нові іншомовні терміни запозичено безпосередньо з термінології туризму інших мов або разом із поняттями суміжних із туризмом наук. Виявлено, що найбільшими мовами-донорами (окрім класичних мов) для термінології туризму є французька, німецька, староскандинавська. Акцентовано увагу на тому, що запозичення і вживання іншомовної лексики є цілком закономірним постійним явищем, що значно збагачує англійську мову.

Ключові слова: етимологія, питома лексика, запозичення, лінгвістичний фактор, екстралінгвістичний фактор, асиміляція.

Постановка проблеми. У сучасній лінгвістиці спостерігається значний інтерес до проблем термінології. Вивчення закономірностей утворення та функціонування термінів є одним із найважливіших завдань сучасної лінгвістики. Процес запозичення лексичних одиниць з однієї мови в іншу є явищем складним і багатогранним. Стаття є спробою дослідження етимологічних особливостей термінології сфери туризму, галузі, що інтенсивно розвивається.

Актуальність дослідження зумовлена потребою ґрунтовного вивчення процесів надходження туристичної термінології

до англійської мови та важливістю процесу запозичення для поповнення словникового складу.

Об'єктом дослідження є туристична термінологія англійської мови. Вибір об'єкта дослідження є закономірним. Оскільки в сфері туризму відбувається постійний міжнародний обмін інформацією, то запозичення і вживання іншомовної лексики є цілком постійним явищем. Предмет аналізу – етимологічні особливості термінології сфери туризму. Матеріалом дослідження є дані лексикографічних джерел [1–4].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Одним із найважливіших аспектів мови є її етимологічні характеристики. Аналіз питомої та іншомовної лексики завжди привертала увагу науковців. Цій проблемі присвячено чимало праць вітчизняних і зарубіжних учених. Про це свідчать публікації мовознавців В. Д. Бялик, І. М. Кочан, М. Єж, В. В. Прими, Т. Панько, І. Черненко, Т. Misrahi, P. Faber. Науковці розглядають як загальні проблеми запозичень, так і запозичення в окремо взятих галузях науки. Так, О. В. Овадюк аналізує запозичення як засіб збагачення англійської мови. О. Гурко вивчає явище запозичення в термінології графічного дизайну. Л. Є. Рибачківська характеризує словотвірні гнізда в англійській та українській мовах. Л. М. Угонь досліджує запозичені словотвірні одиниці. Н. І. Євтушенко, О. В. Кочеджі зосереджують увагу на словотвірних елементах іншомовного походження та їх роль у формуванні англомовних лексичних інновацій. Д. Полгородник вивчає особливості англо-ірландської лінгвокультурної взаємодії в діахронічному висвітленні. У фокусі уваги І. В. Мягкоти та І. Черненко є запозичення в сфері туризму. Проте дослідження лексики в сфері туризму, хронологічні рамки запозичень не є достатньо вивченими.

Метою нашого дослідження є виявлення етимологічних характеристик туристичних термінів англійської мови. Реалізація вказаної мети передбачає вирішення таких завдань: виявити основні риси термінології туризму сучасної англійської мови; встановити особливості питомої та запозиченої лексики; дослідити фактори, що зумовлюють запозичення лексичних одиниць; визначити хронологічних періоди їхнього надходження до англійської мови.

Виклад основного матеріалу. Туризм – одна з галузей, що набуває все більшої популярності. Він є водночас і самостійним видом економічної діяльності, і міжгалузевою одиницею. Термінологія сфери туризму – це відкрита система, яка налічує великий пласт термінів. Туристична лексика має, з одного боку, ознаки термінології та слів професійного спілкування, з іншого – вона належить до загальноповсякденної лексики

шару [5, с. 27]. У силу своєї специфічності вона обслуговує не тільки фахівців в індустрії туризму, а й людей, які користуються її послугами.

В. В. Бушкова, О. Л. Сиборова вказують, що однією з особливостей понятійної системи туризму є інтеграція термінів із суміжних наукових і професійних областей, зокрема географічних, економічних, комерційних, соціологічних, психологічних, культурологічних та інших понять, що ускладнює визначення меж системи наукових і професійних понять, які формують понятійну основу фундаментальних і прикладних наук про туризм та туристичну діяльність. Частина термінів, які називають ці поняття, в силу своєї нової системності отримали «туристичну» детермінованість і увійшли до складу «власної» термінології туризму [6, с. 92].

Аналіз нашого досліджуваного матеріалу також свідчить, що термінологія галузі туризму взаємодіє з термінами багатьох інших галузей знань і поповнюється їхніми одиницями: *avalanche, geohygiene* (географія); *acrophobia, vaccination, malaria* (медицина); *bungee-jumping, mountaineering, white water rafting* (спорт); *claim* (юриспруденція), *tariff, cancellation charge* (економіка), *car rental* (транспорт); *brunch, a la carte menu* (харчова промисловість). При цьому в термінотворенні активно використовуються базові грецькі та латинські елементи.

Крім того, велика кількість термінів, які функціонують у галузі туризму є загальнонауковими: *index, system, rate*.

Відомо, що словниковий запас будь-якої мови складається з питомої лексики та запозичень. Основою національної термінології є питома лексика, утворена на власному мовному ґрунті. Питомим словом в англійській мові будемо вважати те, яке зафіксоване в найдавніших писемних пам'ятках староанглійського періоду. Традиційно прийнято поділяти англійську питому лексику на лексичні одиниці індоевропейського та германського походження. Ці лексичні одиниці є найбільш частотними в англійській мові. Як правило, вони полісемантичні, односкладові, мають високу лексичну та граматичну валентність, часто вживаються як складові фразеологічних одиниць.

Наше дослідження туристичної термінології свідчить, що такі лексичні одиниці складають 31 %: *fee, carve, food, rest, bed, bill, fair, beach, glide*. Крім того, в пізніші періоди розвитку англійської мови з'явилися лексичні одиниці, які мають складові питомої лексики: *birdwatching, travel, holiday, waiter*. Слово *brunch*, яке належить до шкільного сленгу, утворилося в результаті бленду питомих слів: *breakfast + lunch*. До пізнішого прошарку власне англійської лексики належить лексична одиниця *scuba diving*, у якій елемент *scuba* утворився в американському варіанті англійської мови, а *diving* – належить до власне англійської лексики.

У лінгвістичній науці є різні найменування іншомовних слів: запозичення, іншомовні слова, інтернаціоналізми, варваризми, міжнародні лексеми. Проте найуживанішим серед них є термін «запозичення», який має цілу низку визначень.

О. В. Овадюк під цим терміном розуміє процес надходження та засвоєння іншомовних слів внаслідок різних соціальних причин, а саме: війни, торгівлі, подорожей, технічного співробітництва, культурних зв'язків тощо [7, с. 208].

І. В. Мягкота дотримується думки, що запозичення – це перенесення поняття та слова (словосполуки), яке його називає, в іншомовний соціум, в іншу національну культуру [8, с. 250].

Досить спірним є визначення запозичень, дане Т. М. Рудаківною. Вона вважає, що запозичення – це іншомовні слова, цілком засвоєні мовою, що їх перейняла [9, с. 47]. Ми вважаємо це визначення не зовсім правильним і точним, оскільки в будь-якій мові є велика кількість лексичних одиниць, запозичених із інших мов, проте неповністю асимільованих чи неасимільованих у мові-реципієнті.

Під терміном «запозичення» ми будемо розуміти іншомовні лексичні одиниці взяті з лексичного фонду інших мов для вираження нових понять чи відтінків значень у результаті багатосторонніх контактів у різних галузях діяльності людини. Запозичення – це також процес переходу слів із мови-донора до мови-реципієнта.

З давніх-давен торговельні, економічні, культурні контакти між народами сприяли проникненню іншомовних слів, які позначали нові реалії для мови-реципієнта. Проникнення лексики відбувається досить інтенсивно і впливає на всі рівні мовної системи. В основі цього процесу лежать різноманітні причини та передумови, які можуть стимулювати зміни.

Мовознавці виділяють два основних фактори, що зумовлюють запозичення лексичних одиниць: лінгвістичні та екстралінгвістичні. Лінгвістичними чинниками є:

- Потреба в найменуванні об'єкта чи явища, обумовлена відсутністю зазначеного поняття чи явища в базі мови-реципієнта. Наприклад, інтенсивне зростання професій, пов'язаних із сферою туризму привело до появи іншомовних лексем із інших мов: *barista* (італійська), *sommelier* (французька). Такі одиниці сприяють усуненню лакун в англійській мові, де таких назв професій раніше не існувало. Слово *hotel* було запозичено в англійську мову в XVII столітті. З плином часу з'явилися інші заклади розміщення туристів, що зумовило появу телескопічних термінів *botel* (*boat + hotel*), *floatel* (*float + hotel*), *rotel* (*rollender* (нім.) + *hotel* (фр.)). Тенденція до економії мовних зусиль сприяла появі нового слова для позначення поняття однієї з розваг для туристів: *ballute* (*balloon + parachute*). Такі лексичні замітники скорочують обсяг тексту, що є мовною універсалією.

- Потреба в найменуванні об'єкта чи явища, обумовлена неточністю наявної назви, що нерідко призводить до появи нових лексем, синонімічних тим, що вже існують у мові. Виникає потреба в деталізації відповідного значення за необхідності мати слово з більш вузькою семантикою: *bungalow, deluxe hotel, luxury hotel*.

До екстралінгвістичних причин можна віднести неможливість ізольованого існування, і, як результат, активізацію міжнародних зв'язків. Процес глобалізації також вплинув на процес запозичення лексики. Контакти (прямі чи опосередковані) між народами, спричинені географічною близькістю територій, на яких вони проживають; завоювання, культурний та науковий обмін сприяють запозиченню лексичних одиниць. Крім того, лексика може запозичуватися для створення ефекту «престижності», при якому запозичені лексичні одиниці мають конотації, відсутні в лексичній мові-реципієнта. У результаті запозичуються нові лексеми, синонімічні до вже наявних, що є даниною моди: *boutique hotel* (фр.). Іншомовні лексеми видаються працівникам туристичних фірм, які прагнуть до новизни та свіжості та намагаються продемонструвати високий рівень розвитку індустрії відпочинку, милозвучнішими. Крім того, вони конкретизують поняття. Така лексика є незамінним засо-

бом лаконічного й точного передавання інформації в текстах, призначених для вузького кола фахівців.

Слід зазначити, що процесу запозичення піддаються мовні одиниці різних рівнів. Наприклад, словотвірні ознаки передбачають наявність певних афіксів. Зазвичай, морфемі запозичуються не ізолювано, а в словах. Якщо які-небудь іншомовні морфемі входять до великої кількості запозичених слів, то структура цих слів стає зрозумілою, а самі морфемі починають усвідомлюватися як словотвірчі засоби мови-реципієнта, тобто починають нове життя в функції афікса.

Найбільш поширені серед запозичених морфем прийшли зі старогрецької та латинської мов. Наприклад, у сучасній туристичній термінології простежуються грецькі префікси, суфікси та напівафікси: *bio-* (*biosphere reserve*), *eco-* (*eco-educative itinerary*), *hydro-* (*hydrofoil*), *mega-* (*megaevent*), *micro-* (*microclimate*). Прикладами латинських запозичених афіксів можуть бути: *inter-* (*international*), *ac-* (*acclimatize*), *un-* (*uncomfortable*), *-tion* (*accommodation*) та інші.

Слід зазначити, що багато грецьких і латинських суфіксів стали інтернаціональними: *-ist* (*tourist*), *-ism* (*tourism*).

Входячи до терміносистеми, іншомовні слова зазнають відповідної адаптації, починають асимілюватися в мові-реципієнті. Одні з них можуть утворювати термінові гнізда. Наприклад, від лексеми *tour* утворився іменник *tourism*, який, у свою чергу, став базою для інших термінологічних одиниць: *tourism commodity*, *tourism infrastructure*, *tourism employment*, *tourism demand*, *tourism domestic demand*, *medical tourism*, *dark tourism*, *sustainable tourism*, *mass tourism*, *niche tourism*, *e-tourism* та багато інших. Чи не найбільш асимільованим терміном в туристичній термінології англійської мови є лексична одиниця *hotel*: *hotel accommodation*, *hotel bed*, *hotel bill*, *hotel booking*, *hotel brochure*, *hotel business*, *hotel categorization*, *hotel chain*, *hotel contracting*, *hotel classification scheme*, *hotel classification system*, *hotel count*, *hotel guest*. Усього за результатами нашої вибірки існує 56 термінологічних одиниць з лексемою *hotel*. Крім того, є також похідна лексична одиниця *hotelier*.

Лексичні одиниці *tourism*, *guide*, *hotel*, *charter tourism*, *ecotourism*, *tourism export* можна віднести до інтернаціоналізмів, оскільки вони зустрічаються більше, ніж у трьох неспоріднених мовах і мають греко-латинську основу.

Проте в англійській мові є низка туристичних термінів, які не асимілювалися: *ancillary revenues*, *jihadi tourism*, *jailoo tourism*, *ghetto tourism*, *après ski*, *a la carte menu*, *table d'hote menu*, *invitee*. Неповністю асимільовані також: *U-hotel* (*unique, unico*), *“bleisure-travel”*, *“bleisure tourist”*. Попри їхнє часте вживання в сфері туризму, вони досі відчуються чужорідними, не властивими англійській мові.

За свою багатовікову історію, зафіксовану в манускриптах, англійська мова зазнала впливу багатьох мов.

Так, у часи давньоанглійського періоду на англійську мову вплинула кельтська мова. Це могли бути прямі запозичення або кельтизми, що потрапили до англійської мови через англо-ірландські контакти.

Збагачення англійської мови кельтизмами почалося з поодиноких запозичень на початку взаємодії, з їх значним збільшенням у подальші періоди, особливо в другій половині XIX – першій третині XX століття та активними асимілятивними процесами в останні вісімдесят років [10, с. 151]. Прикладами кельтських запозичень нинішньої туристичної термінології є:

clachan, *drumlin*, *goggles*. Крім того, деякі лексеми потрапили в англійську мову з кельтської через інші мови. *Loch*, *tunnel* надійшли до англійської мови з кельтської через французьку, а *dune* із французької через данську мову. Через дуже давні контакти і невелике розповсюдження кельтської мови в подальші періоди кельтські запозичення не є численними і складають 1,1 % від усіх запозичених термінів цієї галузі знань.

На території Британських островів проживали також носії інших мов: шотландської та гаельської, з яких були запозичені такі слова, як *firth*, *glen*, *linn* (0,9 %). Валлійські запозичення складають 0,8 %: *esgair*, *tywyn*.

Починаючи з 54 р. до н.е. до 80 років I століття нашої ери в Англії правили римляни. У цей період були запозичені перші латинські слова. Другий прошарок латинських запозичень пов'язують із запровадженням християнства. Із XI ст. почалося запозичення латинської лексики через французьку мову. Таким способом було запозичено терміни: *bay*, *mountain*, *plain*, *river*, *rock*.

Завдяки латинській мові англійську туристичну термінологію поповнили такі лексичні одиниці, як: *replica*, *itinerary*, *camp*, *cabin*, *alpine*, *animator*, *excursion*, *vaccination*, *volcano*, *cheesemaking* та інші. Вони складають 28,1 %.

Грецька мова також справила значний вплив на розвиток англійської мови: *delta*, *isthmus*, *zone*. Переважна частина грецької лексики надійшла через латинську. Проте частина лексичних одиниць надійшла до англійської мови через французьку з латинської: *oasis*, *ocean*. У цілому, запозичення з грецької мови до туристичної термінології складають 24,5 %: *talasso*, *spa*, *hydrotherapy*, *zoo* та інші.

У середині XI століття почалося нормандське завоювання, яке сприяло розповсюдженню французької мови і проникненню її лексики в англійську. Особливо багато французьких лексичних одиниць було запозичено в XIII-XV століттях. Хоча панування французької мови закінчилося в другій половині XVI століття, найбільша кількість запозичень із неї випадає якраз на цей час. Це можна пояснити тим фактом, що в той період французька мова була мовою міжнародного спілкування. У результаті, вона справила значний вплив на розвиток європейських мов. В англійську мову проникло багато запозичень із французької також і нині французькі терміни є багаточисленними. Вони складають 19,2 %. Наприклад, *alp*, *avalanche*, *plateau*, *suite*, *hotel*, *departure*, *jaunt*, *restaurant*, *trip*, *tour*, *café*, *buffet*, *menu*, *coach*, *pottery*, *leisure*, *resort*, *avalanche*.

Крім того, французька мова часто виступала в ролі мови-посередника, завдяки чому в англійську мову потрапило багато лексичних одиниць із латинської: *room*, *revenue*, *refuge*, *service*, *pier*, *queue*, *niche*, *cuisine*, *glacier*, *chateau*, *entertainment*, *catering*, *trade*, *camping*, *booking*, *agent*, *amenities*, *advertise*, *voucher*, *access*, *accommodation*, *provision*, *consumer*, *discount*, *season*, *route* та багато інших. Через латинську та французьку було запозичено грецькі слова: *museum*, *cathedral*, *pantheon*, *acrophobia*.

У кінці VIII століття на Англію почалися набіги скандинавських вікінгів. Скандинавське завоювання (VIII – XI ст.) та мирні контакти впродовж XI-XII ст. досить відчутно змінили мовну картину світу Британії. Вікінги принесли свою мову та культуру. Активному проникненню скандинавських слів сприяв однаковий рівень суспільно-економічного та культурного розвитку народів. Крім того, ці мови були спорідненими.

Через це багато скандинавських слів асимілювалися. Староскандинавська мова є одним із джерел поповнення туристичної термінології англійської мови. Так, було запозичено слова: *ski, nook, yacht, rafting, bank, fiord, reef, rift, knob, firch*. Питома вага запозичень термінів сфери туризму складає 4,1 %.

Англійська мова пройшла довгий час розвитку. За цей період вона контактувала з багатьма іншими мовами і запозичення з інших мов є вагомим внеском до англійської лексики.

Так, наприклад, вважається, що в англійській мові існує 6 % лексики німецького походження. Це можна пояснити належністю мов до однієї мовної групи та спільній культурній спадщині. Наш матеріал свідчить, що німецькі запозичені туристичні терміни складають 5,9 %: *snorkeling, rucksack*. Крім того, багато лексичних одиниць було запозичено через інші мови. Так, через французьку мову з німецької було запозичено слово *boulevard*. *Border, volcano* запозичені через італійську мову. Із сучасних запозичень із німецької мови слід згадати *haff*.

Торговельні й культурні зв'язки з Італією сприяли запозиченню таких італійських лексем, як: *regatta, tariff, casino, pizza*. Італійські запозичення складають 2,6 %.

Нами зафіксовано також низку запозичень із інших мов світу (12,8 %): *trekker, kayaking* (данська), *hammam* (турецька), *safari* (суахілі), *spa* (бельгійська). Із Мексики були запозичені іспанські лексичні одиниці (5 ... %): *canyon, canoe, bodega, cabana*.

Крім того, в англійській туристичній термінології є досить значна частина лексики, елементи якої запозичені з різних мов. До прикладу: *green tourism* (протоіндоевропейська + французька), *ski-resort* (норвезька + французька), *ski run, big wheel* (староскандинавська + протогерманська), *ski resort* (староскандинавська + французька (як мова-посередник із латинської)), *ranch holiday* (іспанська + англійська).

Досліджений матеріал дозволяє нам стверджувати, що найбільший вплив на англійську мову справили латинська, грецька, французька, німецька та староскандинавська мови.

Аналіз матеріалу свідчить, що запозичення з інших мов є одним із найважливіших факторів розвитку англійської мови.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Аналіз дослідженого матеріалу засвідчує, що лексика сфери туризму має свою специфічну структуру зумовлену комплексом різних видів діяльності. З одного боку, їй притаманні ознаки термінології та слів професійного спілкування, з іншого – вона належить до загальноживаного лексичного шару. Вивчення етимологічних характеристик термінологічної лексики туристичної сфери показує, що словниковий запас англійської мови складається з питомих лексики та запозичень. Запозичення є закономірним постійним явищем і важливим засобом поповнення лексичного складу мови. Протягом століть англійська мова запозичувала велику кількість туристичних термінів із багатьох мов, найбільшими донорами серед яких є латинська, грецька, французька, німецька, староскандинавська мови. Проникнення лексики відбувається досить інтенсивно і впливає на всі рівні мовної системи. Основними факторами, що зумовлюють запозичення лексичних одиниць є лінгвістичні та екстралінгвістичні.

Перспективу подальших досліджень вбачаємо у вивченні функціональних характеристик запозичених лексичних одиниць туристичної сфери.

Література:

1. Etymological Dictionary. <https://www.etymonline.com> (access date: 01.12.2025).
2. Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/uk> (access date: 03.12.2025).
3. Collins Online Dictionary. URL: <https://www.collinsdictionary.com> (access date: 03.12.2025).
4. Longman Dictionary. URL: <https://www.ldoceonline.com/dictionary/> (access date: 03.12.2025).
5. Merriam-Webster Learner's Dictionary. URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary> (access date: 03.12.2025).
6. Гречухіна І., Сахно І. Вербалізація змін туристичних уподобань сучасних європейців. *Південний архів. Серія: Філологічні науки*. Херсон: Видавничий дім «Гельветика». 2018. Випуск LXXII. Том II. С. 26–30.
7. Бушкова В.В., Сиборова О.Л. Структурно-семантичні особливості термінів у сфері міжнародного туризму. *SWorldJournal*. 2020. Issue 6. Part 5. P. 91–97. URL: <https://www.sworldjournal.com/index.php/swj/article/view/swj06-05-104> (access date: 01.12.2025). DOI: 10.30888/2663-5712.2020-06-05-104.
8. Овадюк О.В. Запозичення як засіб збагачення англійської мови. *Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО КНЛУ Серія: Філологія. Педагогіка. Психологія*. Київ, 2013. Випуск 27. С. 207–212.
9. Мягкота І.В. Запозичення в термінології туризму. *International Scientific Journal "Grail of Science"*. 2023. № 29. P. 250–253. DOI: 10/36074/grail-of-science.07.07.2023.040
10. Рудакова Т.М. Іншомовні лексичні запозичення та проблема їхньої доцільності у витлумачення вчених ХХ–ХХІ ст. *Наукові записки Бердянського педагогічного університету. Серія: Філологічні науки*. Бердянськ, 2015. Випуск VII. С. 45–52.
11. Полгородник Д. Особливості англо-ірландської лінгвокультурної взаємодії у діахронічному висвітленні. *Актуальні проблеми романо-германської філології та прикладної лінгвістики: зб. наук. пр. Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича*. Чернівці, 2016. Випуск 11–12 (частина 2). С. 149–153.

Myzyn T. Etymological characteristics of English tourism sphere terms

Summary. The article deals with etymological characteristics of English tourism sphere terms. It is stated that the English sphere terminology in comparison with other branches of knowledge has its specific structure determined by a complex of different types of activities. It interacts with terms of many different branches of knowledge and is enriched with their lexical units. In terms of their etymology two groups of vocabulary (English words proper and borrowings) are distinguished and highlighted. English words proper are the ones that are registered in earliest known manuscripts. Borrowings are viewed as foreign lexical units that are taken from another language to express new notions or shades of meanings as a result of multilateral contacts in different spheres of human activity and also the process of transition from one language to another. Two main factors that predetermine borrowing the vocabulary are singled out: linguistic and extralinguistic. It is stressed that the forms of interaction are not limited to borrowing separate lexical units. They are reflected on other language levels. It is proved that borrowed vocabulary is characterized by different degrees of assimilation in the English language. It is found out that the majority of tourism sphere terms, like the most widespread morphemes, are borrowed directly from the tourism vocabulary of other languages and through the tourism vocabulary of intermediary languages. Main chronological periods of borrowings are analyzed.

It is ascertained that new terms are borrowed either from the tourism word stock of other languages directly or together with the notions of related with tourism spheres. It is proved that the biggest donor languages to the English tourism terminology are (apart from classical languages) French, German, Old Norse. The attention is focused on the fact that the process of borrowing vocabulary is a natural and permanent phenomenon that greatly enriches the English language.

Key words: etymology, English vocabulary proper, borrowing, linguistic factor, extralinguistic factor, assimilation.

Дата першого надходження рукопису
до видання: 05.11.2025

Дата прийнятого до друку рукопису
після рецензування: 27.11.2025

Дата публікації: 31.12.2025