

**ШЛЯХИ УТВОРЕННЯ НЕОЛОГІЗМІВ
У ТУРИСТИЧНОМУ ЛЕКСИКОНІ
(на матеріалі англійської мови)**

У статті розглянуто ключові шляхи утворення нових мовних одиниць у туристичній сфері. Проведено аналіз лексичних та семантичних дериватів туристичного лексикону, що виникли в англійській мові останнім часом.

Ключові слова: *неологізм, лексична деривація, семантична деривація, туристичний лексикон, сфера туризму.*

Туристична діяльність базується на всебічному ознайомленні людини з історичним минулим і сьогоденням різних куточків нашої планети. Туризм дає можливість долучитися до культурних цінностей, традицій, обрядів і звичаїв країн, пізнати довкілля та осягнути власне місце у навколишньому світі. Роль туризму можна усвідомити завдяки розмаїттю туристичних маршрутів, кількості робочих місць у туристичному секторі та споріднених галузях, обсягу надходжень до національної скарбниці країн, що приймають туристів, тощо.

Надзвичайна популярність подорожей як рідною країною, так і за кордон знаходить своє відображення у словниковому складі сучасної англійської мови, стан якого дослідники характеризують як *neology blowup*. Автори словників лексичних новацій фіксують появу все більшої кількості неологізмів, дотичних до туристичної сфери. Нині з'являються лексичні одиниці як для ідентифікації нових видів туризму та туристів, так і для позначення різних туристичних послуг, що їм пропонуються. Отже, актуальність публікації зумовлюється відсутністю систематизованих даних про мовні одиниці у галузі туризму та подорожей, які виникли в англійській мові останнім часом.

Аналізуючи шляхи та джерела поповнення вокабуляру англійської мови на сучасному етапі її існування, лінгвісти дійшли висновку, що одним із найпоширеніших шляхів утворення нових слів є лексична та семантична деривація [Зацний, Янков 2010]. Серед засобів лексичного словотвору слід відзначити телескопію.

Сутність цього словотвірного способу полягає або у поєднанні повної основи одного слова зі скороченою основою іншого, або у злитті скорочених основ двох або більше слів. Таким чином, розширення лексики англійської мови відбувається завдяки появі телескопізмів для позначення нових типів туристів. До таких слів, зокрема, належить *agritourist*, що вживається у значенні "*a tourist who watches and participates in agricultural activities*" [<http://www.wordspy.com/words/agritourist.asp>]. Із вищенаведеного прикладу видно, що іменник утворився шляхом телескопії від скороченої та повної твірних основ *agriculture* та *tourist*. На думку дослідників нової лексики на матеріалі англійської мови, суттєву роль у її створенні відіграє аналогія, тобто коли нову одиницю створюють не стільки за абстрактною моделлю, скільки за зразком конкретної мовної одиниці шляхом заміни в цій одиниці одних структурно-семантичних елементів іншими [Зацний 2007, 181]. За аналогією до лексеми *agritourist* утворилися інші бленди, на зразок *architourist* (*architecture* + *tourist*), *poorist* (*poor* + *tourist*), *tractourist* (*tractor* + *tourist*), *touron* (*tourist* + *moron*), *voluntourist* (*volunteer* + *tourist*). Словник нової лексики та фразеології Зацного Ю.А. фіксує слово *agritainment* (*agriculture* + *entertainment*), яке є спорідненим із поняттям *agritourist*. Цей телескопізм уживається у значенні "розваги, які пов'язані з веденням фермерства чи сільського господарства (для туристів)" [Зацний 2010, 23].

За спостереженням мовознавців не менш продуктивним способом лексичного словотвору є додавання різноманітних твірних основ до усіченої основи *-cation* (від *vacation*). На переконання Ліз Волтер, автора Cambridge Dictionary Online, значна кількість неологізмів у туристичному секторі утворилися саме за цією моделлю: "*The credit crunch has led to many families having to make economies, and the term staycation to describe a holiday at home or at least in one's own country was quick to catch on. Since then, we have seen a proliferation of '-cation' words*" [<http://dictionaryblog.cambridge.org/2012/10/29/the-holiday-of-a-lifetime-new-words-for-new-types-of-travel/>]. Такі лексичні одиниці, як *daycation* (*day* + *vacation*), *gaycation* (*gay* + *vacation*), *greycation* (*grey* + *vacation*), *haycation* (*hay* + *vacation*), *playcation* (*play* + *vacation*) завдячують своєю появою саме цьому шляху деривації. Слід зазначити, що лексема *staycation*, яка вже стала частиною англомовного узусу, стала зразком для створення менш поширених оказіональних одиниць *man-cation*, *fur-cation*, *mind-cation*, *boogie-*

cation, eco-cation, Reno-cation, blog-cation: "Staycation" was one of 2008's most abused buzzwords, but it's only one example of a word trend that isn't taking any holidays. "Man-cation" was spread by Vince Vaughn's character in The Break-Up and is a double whammy of word-making trends, as it utilizes the popular "man" prefix. "Fur-cation" only sounds like something PETA would protest: It's a synonym for "staycation" that shortens "furlough-vacation." Less successful recent examples include "day-cation," "mind-cation," "boogie-cation," "eco-cation," "Reno-cation," and "blog-cation." [<http://www.forbes.com/2009/04/23/emerging-prefixes-suffixes-opinions-books-peters.html>].

В останні десятиріччя, з огляду на інтенсифікацію темпу життя та надзвичайну зайнятість, усе більше і більше людей намагаються поєднати відпочинок із бізнесовими справами. Саме для позначення такого явища у сучасній англійській мові виник неологізм *bleisure travel (tourism)*, який ілюструє поєднання основ *business* та *leisure*: *"Although the prospect of travelling for business can seem very glamorous it can lose its shine for those who find themselves away from home on a regular basis: driving 50 miles or flying 5,000 for a meeting or a conference can be a long and arduous journey, reducing time that could be spent with family and friends. But tack on a visit to the theatre or a couple of nights at a spa with your partner, bring the family along for a mini-break, and that stressful trip away from home can be transformed into a romantic getaway or a bonding family treat. This has brought on the growing trend, 'bleisure travel' – a blending of business and leisure – which is the ideal compromise between the conflicting demands of a busy career and a balanced homelife"* [<http://www.thesundaytimes.co.uk/sto/public/AmexStarwood/article267484.ece>].

Окрім способів лексичного словотвору, які розглядалися вище, лінгвісти також приділяють увагу дослідженню семантичних зсувів, у результаті яких з'являються нові значення слів. У сучасній англійській мові значна кількість лексичних одиниць, що вживаються на позначення того чи іншого типу туриста чи туризму, набуває іншого значення під впливом різноманітних суспільно-політичних, економічних та технологічних процесів. При цьому зміни семантики відбуваються у кількох напрямках, а саме розширення, звуження, зміщення, пейорація чи елевація значення. Наведемо приклади деяких зсувів, що відбулися у семантиці туристичних номінацій. У статті, що з'явилася в американському щотижневнику *New Yorker* йдеться про новий сорт яблука, який

культивували аграрії. Яблуко з екзотичною назвою Sweetango має надзвичайні органолептичні властивості, що спричинило неабиякий інтерес споживачів до нього. У зв'язку з цим число туристів, які висловили бажання відвідати яблучні ферми, спробувати новий продукт на смак та придбати його, значно збільшилося. Саме для опису такого типу туристів виник неологізм *apple tourist* зі значенням "a person whose vacation consists of visiting apple orchards and tasting and purchasing apples and apple-related products": "At harvest time, it is not uncommon to see enormous buses – the kind you see taking gamblers to casinos on the East Coast – pull up in front of roadside stands around the state and disgorge scores of apple tourists" [http://www.newyorker.com/reporting/2011/11/21/111121fa_fact_seabrook]. Первинна семантика словосполучення *apple tourist* є найбільш узагальненою й відображає його буквально значення. У подальшому спостерігається семантичний зсув у бік генералізації. Розширення значення ґрунтується на асоціації між назвою фрукта та однією з найпотужніших ІТ-корпорацій Apple. Отже, сучасне тлумачення виразу *apple tourist* має такий вигляд: "a person who visits an Apple Store to play with the gadgets without intending to buy anything". Ілюстрацією вживання номінації *apple tourist* у своєму вторинному значенні може бути оголошення, яке з'явилося на спеціалізованому сайті мобільних аксесуарів Seidio: "Finally, if you have questions about anything and absolutely cannot move from your spot in front of your favorite iProduct, there is now a button on every iPad 2 that will alert an Apple Specialist of your need for assistance. This is useful in crowded locations (all of them) because you may not be able to make your way back to the same area without battling the hoards of other Apple tourists" [<http://seidio.wordpress.com/2011/05/23/update-apple-retail-2-0/>]. Завдяки надзвичайному поширенню різноманітних гаджетів компанії Apple досить поширеним став телескопізм *pedestrian*, утворений від злиття основ *iPod* та *pedestrian*. Вичерпне пояснення щодо вживання цієї лексики подано нижче: "Pedestrian in a one who frequently travels by foot while listening to an Apple iPod music player. The term is a blending of the word PEDESTRIAN and the name of a popular portable music player, the IPOD. The POD- portion of the term is a clipping of the proper name IPOD, and the remaining portion – ESTRIAN is taken from the term PEDESTRIAN, which refers to a person who travels on foot. The two clippings are blended to form PODESTRIAN, one who travels on foot while listening to an iPod.

Possible Reason Used: iPods have become the premier technology in the portable music player industry. Many students can be seen walking around the campus of Rice University wearing headphones and listening to music on an iPod. This significant population of iPod users has been recognized and has been given a fitting name, PODESTRIAN, which is an easy and catchy way of saying "one who walks around listening to an iPod" [http://neologisms.rice.edu/index.php?a=term&d=1&t=171].

Останнім часом надзвичайної популярності набувають нетрадиційні види туризму, серед яких особливе місце належить медичному туризму (*health, medical tourism*), в основі якого лежить практика лікування як всередині рідної країни, так і за її межами. Сучасні дослідники розглядають таке нове явище масової свідомості, як *healthism*, що позначає свідому відмову від кваліфікованої медичної допомоги та пошук альтернативних методів та способів для лікування і профілактики хвороб. Засоби масової інформації, кіно та телебачення створили іконічні образи, ідеали здорових та успішних жінки та чоловіка. Все це перетворило здоров'я людини з права на обов'язок, що призвело до появи нових концептів, таких як *wellness, spa* та *fitness* [Філатова 2013, 200]. Серед споріднених із медичним можна назвати такий новітній тип туризму, як *fertility (reproductive) tourism*, який стає все більш і більш популярним серед прогресивної молоді: "*Fertility tourism is described as one of the fastest growing areas of medical tourism although that is a word none of those undertaking this journey like to use*" [http://www.bbc.co.uk/news/uk-scotland-13181119]. Крім того, спостерігається тенденція до розширення спектру послуг, що надаються у межах медичного туризму. До таких послуг, зокрема, належать стоматологічні (*dental tourism*), пластична хірургія (*cosmetic tourism*), здоров'я та краса (*wellness tourism*), народження дитини за кордоном (*birth tourism*), створення татуювання (*tattoo tourism*) тощо. Загальновідомо, що найкращим методом боротьби з хворобами є регулярне проходження курсів рекреаційної терапії в поєднанні з особливим мікрокліматом, необхідним для лікування того чи іншого захворювання, що забезпечується завдяки новому напрямку медичного туризму – рекреаційному туризму (*recreation tourism*). Відновлення захисних сил організму, відпочинок і реабілітаційне лікування на базі кращих бальнеологічних курортів дозволяють навіть серйозним недугам та значно відтермінують початок старіння організму. Відтак профілактика різноманітних захворювань відбувається завдяки своєрідному типу

туризму, що отримав назву *wellness tourism*. Активний відпочинок на базі курортів у поєднанні із кліматолікуванням, бальнеолікуванням, грязелікуванням, SPA-процедурами сприяє відновленню фізичного та емоційного здоров'я людини [Філатова 2013]. Отже, медичний туризм надає людині унікальну можливість скористатися найновішими досягненнями у сфері медицини, зберегти своє здоров'я та значно поліпшити і продовжити життя.

Говорячи про стрімкий розвиток туристичної індустрії в сучасному світі, не варто забувати про питання екології, які неминуче пов'язані зі здоров'ям нації. Нині уряди багатьох країн постали перед проблемою планування туристичної діяльності у такий спосіб, щоб запобігти негативному впливу на довкілля. Спроби можновладців врегулювати це питання знайшли своє відображення на мовному рівні у низці лексичних інновації. Отже, розглядаючи лексичні новотвори у туристичній галузі, не можна оминати увагою такий тип туризму, як екотуризм (*ecotourism, green tourism, sustainable tourism*), сутність якого полягає у відвіданні віддалених та недоторканих куточків нашої планети з метою формування толерантного ставлення людини до довкілля. Основною причиною виникнення екологічного туризму є невідповідності, а часом навіть хаотичні відносини між людиною, суспільством та довкіллям. Численні опитування туристів засвідчують, що серед провідних мотивів подорожей на перший план все більше виступає прагнення людей до спілкування з природою. Звідси походження близьких за змістом понять "м'який туризм" (*soft tourism*), або "природний туризм із м'яким дотиком до природи" (*nature tourism with a soft touch*) [<http://uk.wikipedia.org/wiki/Екотуризм>]. Прагнення людини стати частиною оточуючого зеленого світу пояснюється, передовсім, так званим дефіцитом спілкування з природою (*nature-deficit disorder*). Цей термін увів у науковий обіг Річард Лоу, автор бестселлера "Last child in the woods". На думку автора, невід'ємною частиною життя людини, а особливо дитини, є воз'єднання та безперервне спілкування з природою, дефіцит якого може викликати стійкі психологічні девіації та навіть розлади у психіці дитини. Саме екоподорожі націлені на пом'якшення такого стану та поліпшення життя дітей в умовах урбанізованого суспільства. Комплексний підхід до питання збереження культурної спадщини та свідомого природокористування як із боку державних органів, так і з боку самих громадян, може дозволити з розумом використовувати

природні ресурси для оздоровлення, активного відпочинку та пізнавальної діяльності. На противагу екотуризму виникає таке поняття, як егоїстичний туризм (*egotourism*), для опису якого вчені послуговуються таким визначенням: "*An approach to travel that purports to serve the local culture, environment, or further personal growth, but in reality only artificially inflates a traveler's sense of self importance*" [<http://www.lonelyplanet.com/blog/2012/01/28/30-travel-terms-that-dont-exist-but-should/>].

Серед інших цікавих типів туризму, які знаходять своє відображення у лексичній системі, відзначимо туристичні подорожі, що передбачають відвідання місць, пов'язаних зі смертю та стражданнями. Для позначення таких турів у сучасній англійській мові з'явилося декілька мовних інновацій: *dark tourism*, *black tourism*, *grief tourism*, *thanatourism* [http://en.wikipedia.org/wiki/Dark_tourism]. До місць паломництва "темного туризму" належать знамениті замки, де відбувалися страти та вбивства, а також колишні в'язниці, концтабори, камери смертників. Серед популярних місць відвідання туристів слід згадати нацистські табори у Німеччині та Польщі, місця загибелі жертв Голокосту та Голодомору: "*It can be morbid. It's always a bit voyeuristic. But it seems like a fundamental human urge. Like drivers slowing to gawk at a gruesome accident, tourists often feel a profound need to see the aftermath of disaster and devastation wherever in the world they strike. The result is a form of travel increasingly coming to be known as 'dark tourism.'* From ground zero in New York and Katrina's destructive force in New Orleans to the Auschwitz concentration camp in Poland and the Killing Fields in Cambodia, witnessing places where horrific deaths have occurred has for many become an integral part of experiencing a destination" [<http://www.travelweekly.com/travel-news/tour-operators/dark-tourism/>]. Одним із різновидів такого типу подорожей є *cemetourism* (*cemetery + tourism*), що передбачає відвідання відомих цвинтарів для того, щоб віддати останню пошану визначним особистостям.

Отже, аналіз способів збагачення словникового складу англійської мови за рахунок туристичної термінології засвідчив стійку тенденцію до зростання лексичних та семантичних дериватів у сфері туристичного бізнесу. Серед продуктивних засобів лексичного словотвору чільне місце посідають телескопія та афіксація. Окрім того, поповнення туристичного лексикону

відбувається за рахунок семантичних інновацій, що відображають актуальні процеси у різноманітних сферах суспільного життя.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Зацний Ю.А., Янков А.В.* Нова розмовна лексика і фразеологія: Англо-український словник. / Ю.А.Зацний, А.В.Янков. – Вінниця: Нова книга, 2010. – 224с.

2. *Зацний Ю.А.* Сучасний англomовний світ і збагачення словникового складу. / Ю.А.Зацний. – Львів: ПАІС, 2007. – 228с.

3. *Філатова О.О.* Нові номінації у сфері SPA-індустрії (на матеріалі сучасної англійської мови). / О.О. Філатова // Мовні і концептуальні картини світу. – К.: 2013. – Вип. 43. – Ч. 4. – С. 199-207.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. <http://www.bbc.co.uk/news/uk-scotland-13181119>
2. <http://dictionaryblog.cambridge.org/2012/10/29/the-holiday-of-a-lifetime-new-words-for-new-types-of-travel/>
3. http://en.wikipedia.org/wiki/Dark_tourism
4. <http://www.forbes.com/2009/04/23/emerging-prefixes-suffixes-opinions-books-peters.html>
5. <http://www.lonelyplanet.com/blog/2012/01/28/30-travel-terms-that-dont-exist-but-should/>
6. <http://neologisms.rice.edu/index.php?a=term&d=1&t=171>
7. http://www.newyorker.com/reporting/2011/11/21/111121fa_fact_s_eabrook
8. <http://seidio.wordpress.com/2011/05/23/update-apple-retail-2-0/>
9. <http://www.thesundaytimes.co.uk/sto/public/AmexStarwood/article267484.ece>
10. <http://www.travelweekly.com/travel-news/tour-operators/dark-tourism/>
11. <http://uk.wikipedia.org/wiki/Екотуризм>
12. <http://www.wordspy.com/words/agritourist.asp>

Стаття надійшла до редколегії 18.10.2013

Карнова Е.С., к.філол.н., асист.,
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка

ОБРАЗОВАНИЕ НЕОЛОГИЗМОВ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЕ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА)

В статье рассмотрены ключевые способы образования новых языковых единиц в туристической сфере. Осуществлен анализ лексических и семантических дериватов туристического лексикона, которые возникли в английском языке в течение последних лет.

Ключевые слова: неологизм, лексическая деривация, семантическая деривация, туристический лексикон, сфера туризма.

Kateryna S. Karpova, PhD, asist.,
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

WAYS OF FORMATION OF NEWLY-COINED WORDS IN THE SPHERE OF TOURISM (ON THE MATERIAL OF THE ENGLISH LANGUAGE)

The article examines key ways of forming of newly-coined words in the sphere of tourism. The analysis of tourism-related lexical and semantic derivatives, which have recently appeared in the English language, has been conducted.

Key words: newly-coined word, lexical derivation, semantic derivation, tourism-related lexicon, sphere of tourism.

УДК 81'25:340.113:133.522.1

Касяненко Д., к. філол. н., асист.,
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, Київ

ПЕРЕКЛАД АБРЕВІАТУР ПРАВНИЧОГО ЄВРОЛЕКТУ

У статті досліджено абрєвіацію як продуктивний спосіб творення нових термінів правничого євролекту, її типи та особливості, а також деякі аспекти перекладу скорочених термінів правничого євролекту як мови юридичних текстів ЄС.

Ключові слова: термінологічні скорочення правничого євролекту, переклад абрєвіатур правничого євролекту.

Незважаючи на те, що абрєвіація протягом десятиліть є предметом спеціальних досліджень як іноземних, так і вітчизняних науковців, вона залишається і сьогодні важливим способом термінотворення в кожній сучасній фаховій мові. Перші розвідки, присвячені лексичним скороченням в європейських мовах, належать Г. Паулю, К. Бругману, Х. Кельману, Г. О. Винокуру та іншим. Окремо варто відзначити ґрунтовну розвідку А. Штайнхауер "*Sprachökonomie durch Kurzwörter: Bildung und Verwendung in der Fachkommunikation*", присвячену аспекту абрєвіації в німецьких фахових мовах [3].