

## ПРОФЕСІЙНО-СЛЕНГОВИЙ ЛЕКСИКОН ЯК ДЖЕРЕЛО ПОПОВНЕННЯ ТЕРМІНОЛОГІЧНОЇ ЛЕКСИКИ (НА МАТЕРІАЛІ ЛЕКСИКИ ТУРИЗМУ)

*У статті розглянуто проблему статусу мови спеціального призначення (Language for Special Purposes) в сучасній лінгвістиці; зроблено спробу проаналізувати професійно-сленгову лексику як джерело поповнення термінології туризму.*

**Ключові слова:** *термінологія, мова спеціального призначення, професійно-сленгова лексика туризму.*

Початок XXI століття в Україні ознаменувався динамічним розвитком сфери послуг в усіх напрямках. Бум еволюції характерний і для туристичної галузі. З розвитком туристичної сфери та усіх її складових прогресивно еволюціонує також і лексика спеціального призначення. Вона швидко і гнучко реагує на потреби суспільства й усі нові реалії знаходять відображення в її складі.

**Актуальність** теми дослідження зумовлена різким зростанням значущості туристичної сфери, а отже, появою підвищеного інтересу не просто до професійного спілкування, а до спілкування ефективного, що веде до конкретного результату. У мові постійно з'являється велика кількість спеціальних слів для позначення об'єктів, що вивчаються, а це спричинює зростання актуальності дослідження проблеми статусу мов спеціального призначення (Language for Special Purposes). Виступаючи найважливішим засобом вербалізації спеціального знання в науці, техніці, виробництві, освіті й інших галузях, LSP, змістовим ядром якої є термінологія, стає візитівкою і допуском у світ професійної комунікації [9, 90].

Поняття LSP прийшло до нас з англomовного світу і виникло на основі вивчення мовлення в процесі професійного спілкування людей [2, 219]. Спочатку на позначення такого спілкування поширення набув термін English for Specific Purposes (ESP) – англійська для спеціальних цілей вивчення, потім – Language for Specific Purposes (LSP) – мова спеціального призначення. Англійські аббревіатури ESP і LSP закріпились і за кордоном, й у вітчизняній науці.

Дж. Сейгер визначає LSP таким чином: “Спеціальні мови є напівавтономними комплексними семіотичними системами, заснованими на загальній мові і похідних від неї. Ними можуть послуговуватися фахівці з відповідною освітою, які обслуговують спільну сферу діяльності” [12, 197].

Л. Хоффман говорить про LSP як про безліч лінгвістичних феноменів, які зустрічаються в певній сфері комунікації й обмежених специфічними темами, інтенціями, умовами. LSP він тлумачить як сукупність усіх мовних засобів, використовуваних у професійно обмеженій комунікативній сфері для досягнення взаєморозуміння між людьми, що займаються відповідною професійною діяльністю [13, 57].

И. С. Кудашев трактує LSP як сукупність природних або природно-штучних мовних засобів, що використовують в якій-небудь галузі знань і/або діяльності головним чином для передавання інформації, яка відображає поняттєвий апарат, що не є надбанням більшості носіїв даної національної мови [4, 78].

В. Ф. Новодранова виділяє наступні ознаки LSP: співвіднесеність із певною галуззю, специфічне коло користувачів, обмежене в порівнянні із загальною мовою число функцій, базування на системі загальнонаціональної мови [7, 218].

А. В. Суперанська відзначає серед особливостей LSP певну граматичну і синтаксичну бідність: для неї характерна часта повторюваність синтаксичних конструкцій. Дослідниця говорить, що LSP може розглядатися як цілісний фрагмент національної мови і вважатися одним з типів підмов, пристосованих для спеціальної комунікації у галузі науки і техніки [10, 63].

У документації Міжнародної організації зі стандартизації мова спеціального призначення визначається як мовна система, призначена для комунікації, що однозначно інтерпретується в конкретній галузі знання з використанням термінології й інших лінгвістичних засобів [7, 245].

Найчастіше, коли йдеться про ESP або LSP, мають на увазі вивчення мови певної галузі або навчання в тих або спеціалізованих освітніх закладах. Тут доречно пригадати, що між галузями знань і професіями, що спираються на них, існують різноманітні зв'язки. До того ж специфічність тієї або іншої професійної мови значною мірою відносна. Адже жодна професійна мова не обходиться без загальнонаукового і загальноповсякденного лексичного ядра.

Визначення LSP через зіставлення його з мовою загального призначення поступилося місцем новому визначенню LSP як повної сукупності мовних засобів, що використовують в усних та писемних текстах. На сьогодні LSP – це підсистема природної мови, тісно пов'язана з “мовою для загальних цілей” (Language for General Purposes – LGP) або “буденною мовою” [2, 222].

Лексика спеціального призначення повністю залежить від потенцій загальнолітературної мови на кожному рівні мовної системи. Так, поряд зі словами загальнолітературної мови, запозиченнями з інших мов тощо, джерелами лексикону LSP може бути і професійний сленг.

**Мета статті** – проаналізувати професійно-сленгову лексику як джерело поповнення терміносистеми туризму.

Система фахової мови туризму формується з кількох складників: фахова термінологія, загальнонаукова термінологія, загальноповживана лексика. У повсякденному житті працівники туристичної індустрії активно використовують також професіоналізми та професійні сленгізми.

Проблема розмежування професійної лексики та термінології залишається досить складною. Деякі лінгвісти ставлять знак рівності між ними, інші їх чітко диференціюють, треті кажуть про наявність деяких спільних рис між ними [5, 118].

Дійсно, професійна лексика неоднозначно трактується у сучасному мовознавстві. Деякі вчені (М. Д. Степанова, І. І. Чернишова) вважають, що за своїм складом це здебільшого архаїчна лексика старих ремесел та спеціальних знань, водночас як термінологія – це спеціальна лексика сучасної науки і техніки. Інші (А. Калініна, В. Прохорова), вважають, що частина професійної лексики збігається з термінологією. Різниця полягає в тому, що термін – це цілком офіційна, узаконена назва певного поняття, а професіоналізм – напівофіційне слово, сферою вживання якого є мовлення [8, 148]. С.Д. Шелов, на нашу думку, справедливо відзначає, що терміни і професіоналізми отримують тотожну або близьку семантичну характеристику, але різняться узусом, орієнтацією на сферу використання [11, 78-79]. Найяскравіше ця тенденція виявляється за умов існування корелятивної пари, один член якої ідентифікується як термін, інший – як професіоналізм. Найчастіше такі професіоналізми є результатом метафоричного перенесення. Дослідник зазначає, що забарвлені одиниці професійного спілкування, які виражають наукові поняття й мають дефініцію, можна кваліфікувати як терміни (звичайно, за умов відсутності термінологічного еквівалента). В останньому випадку правомірним буде оцінювання їх як проміжного явища, і лише використання таких одиниць у мовній практиці може вирішити їхню долю: вони або залишаються у сфері суто професійного спілкування, або набудуть статусу термінів, або довгий час будуть зберігати своє проміжне положення [6, 144].

Проблема диференціації термінологічної лексики і професіоналізмів ускладнюється ще й тим, що деякі науковці не обмежуються поділом спеціальної лексики на термінологічну та професійну, а намагаються членувати професійну лексику ще на ряд підрозділів. Ми поділяємо думку дослідники, які виділяють професіоналізми та професійні жаргонізми як окремі групи спеціальної лексики „внаслідок їх нормативних, ареальних, стилістичних та експресивних відрізень” [1, 37]. Адже, професійно-сленговий лексикон туристичної галузі на відміну від термінології – це специфічний варіант усного мовлення, так званий професійний соціолект, яким послуговуються її працівники у сфері виробничих відносин. Важливим чинником у творенні таких лексем, на наш погляд, є спорідненість фахових інтересів людей, оскільки сленг – це “жаргонні слова або вирази; розмовний варіант тієї чи іншої соціальної або професійної групи” [3, 37]. Сленгізми мають свої особливості, вони можуть бути заміниками термінів у повсякденному спілкуванні, мають знижене експресивне забарвлення, вживані лише в усному мовленні людей певної професії і не фіксуються галузевими словниками.

Професіоналізми – це напівофіційні слова чи словосполучення, що виникають в умовах професійного спілкування як вторинні форми вираження думки і функціонують найчастіше як професійно-розмовні дублети офіційних термінів [3, 38].

Так, до професіоналізмів і професійних сленгізмів, вживаних працівниками туристичних агенцій та туристичних операторів у своїй професійній діяльності можна віднести такі лексичні одиниці: *турики* – потенційні туристи; *ходаками* називають осіб, які ходять по різних турагенціях і шукають найдешевшу ціну туру; досвідчених туристів називають *стариками*; туристів-новачків – *зеленими*; *алігаторами* – дуже забезпечених туристів; *бігунами* охрестили тих туристів, які використали турпоїздку для нелегальної еміграції, *пацієнтами* – неадекватних туристів, які самі не розуміють, чого бажають; туристів, які отримали відмову у виданні візи, називають – *відказниками*, а відвідувача туристичної виставки, який змитає зі стенду все підряд, охрестили *пилососом*.

Професійно-сленгову лексику туризму можна розподілити за кількома тематичними групами: **лексика на позначення постояльців у готелі:** *бандерлоги* – туристична група; *кролики* – молода пара, що зупиняється на декілька годин; *волоцюга* – гість, який вимагає переселення в інший номер; *валкін* – неочікуваний гість “з вулиці” без попереднього бронювання місця в готелі (від англ. Walk in – заходити); **лексика на позначення назв турів:** *рекламник* – ознайомчий тур для менеджера туристичної компанії за новим напрямком, країною; *комбінашка* – тур, до якого входить екскурсійна програма, відпочинок та лікування; **лексика на позначення назв професій:** *бусдрайвер* – водій автобуса; *груповод* – особа, яка супроводжує групу туристів; *продажники* –

відділ продажу турпродукту; *менеджер* – менеджер; *хакер* – системний адміністратор; *спарк* – фіскальний реєстратор; *нічник* – нічний аудитор у готелі; *раби* – студенти-практиканти; *білочки* – покоївки; *фіціки* – офіціанти; *шльоцики* – шашличники; **лексика на позначення назв консульств різних країн:** *чехи, норвеги, французи* тощо; **лексика на позначення назв туроператорів-партнерів:** Tez Tour – *Тезики*, Mouzenidis Travel – *Музики*, Mostravel – *Мости*, Pegas Touristik – *Кінь*, Coral Travel – *Корали* та ін.; **лексика на позначення назв авіакомпаній:** Swiss – *Свіссу*, British Airways – *Бритіши* та ін.; **лексика на позначення назв авіатранспорту:** *тушка* – будь-який літак родини Туполєвих, найчастіше так називають ТУ-154, оскільки їх найбільше; *баклажан* – ІЛ-86 – (назва утворена за зовнішньою схожістю з цим овочем); *горбатий* – Боїнг-747, названий так через виступ верхньої пасажирської палуби; *корівник* – Боїнг-757 – названий так через дуже довгий пасажирський салон; **лексика на позначення назв дій, процесів у туризмі:** *факсувати* – відправляти факс; *стопити* – припиняти бронювання через відсутність місць; *сидіти на квитках* – тримати під туристів місця на рейсі до отримання офіційного підтвердження з готелю; *здаватися* – здавати документи в консульство; *зробити туриста* – закінчити роботу з документацією на подорож; *розкидати туристів* – перенести відмінену з певних причин подорож на інші тури; *розганяти групу* – відмінити тур; *проводжати поїзд* – відвозити гіда на вокзал, допомагати в процесі збирання групи і розсадження за квитками у вагонах; *посувати тур* – перенести дату виїзду; *забивати візитівки/анкети* – заносити інформацію з візитівок/анкет у базу даних; *закільцювати* – організувати відправлення і повернення екскурсійного туру з одного міста; *виписати віпи* – оформити перепустку до VIP-зали; *впали гроші* – отримати сплату за тур на рахунок; *їхати з поворотом* – їхати в два і більше тури без перерви (про автобуси і супроводжуваних); *повісити броню* – забронювати квиток, а якщо клієнт не проплатить, то броня *хекнеться*, тобто буде анульована.

Під час повсякденного спілкування доволі часто до професіоналізмів потрапляє лексика, характерна для молодіжного спілкування: *запара* – велика кількість прибулих гостей; *спецухи* – спеціальні пропозиції; *халява* – система all inclusive; *дутик* – д'юті фрі – система безмитної торгівлі в аеропортах, на бортах літаків, поромач та інших транспортних засобах або в окремих місцях відвідування іноземців (як правило, сигарети, вино, парфумерія і сувеніри); *відстійник* – спеціальне приміщення для пасажирів в аеропорту, а також вид чартерного рейсу; *підбірка* – пакет з інформацією для турагентств; *наземка* – комплекс туристичних послуг, що надаються на землі (трансфер, екскурсії – усе, крім перельоту); *регулярка* – переліт регулярним (не чартерним) рейсом.

Цікавою з погляду вживання професійно-сленгової лексики, на наш погляд, є лексика працівників готельних підприємств. Наприклад, непосвяченій людині не завжди зрозумілими будуть окремі слова і навіть цілі словосполучення: *апгрейдити* – поліпшити номер до вищої категорії (від англ. Upgrade – покращувати, удосконалити, модернізувати) – “Довелося апгрейдити пану Горбенку номер до люкса, оскільки бандерлоги зайняли всі стандарти”; *клінити* – прибирати кімнату (від англ. Clean – чистота); *чекінити* – заселити гостя (від англ. Check in – прибуття); *некурящий номер* – номер для тих, хто не палить; *номер для двох із половиною осіб* – номер для двох дорослих і дитини, прибраний і готовий до заселення; *гість бився в ламбаді* – гість був дуже незадоволений наданими йому послугами й емоційно це висловлював; *люкс іде* – гість з номера категорії “люкс” залишає своє помешкання; *шестірка йде* – виїздить гість із шостого номера; *вечера вийшла* – у хол вийшов гість, прямує на вечерю; *у гостя немає руки* – у номері відсутній рушник для рук; *однобедрений* – одномісний готельний номер тощо.

Отже, стрімкий розвиток сучасного суспільства, зростаючі потреби міжкультурної комунікації у тому числі й у галузі туризму вимагають подальших досліджень проблем LSP. Оскільки лексика спеціального призначення є функціональним різновидом природної мови, в якій акумульовано і збережено спеціальне знання та яка покликана забезпечити доступне й ефективне спілкування спеціалістів туристичної галузі, а професійно-сленгова лексика, досить численна й неоднорідна, є потужним джерелом поповнення лексичного складу фахової мови туризму.

#### Список використаних джерел

1. Борисова Л. Т. Профессионализм и профессиональные жаргонизмы в отраслевом терминологическом словаре / Л. Т. Борисова, Я. Л. Донской // Термины и их функционирование: Межвуз. сб. – Горький: Изд-во Горьковск. нац. ун-та, 1987. – С. 34-40.
2. Гвишиани Н. Б. Язык научного общения (вопросы методологии) / Н. Б. Гвишиани. – М., 1986. – С. 219-222.
3. Зоря Г.С. Термінологія та професійно-сленгова лексика медіа індустрії / Г. С.Зоря // Наукові записки Інституту журналістики. – Том 36. – 2009. – Липень–вересень. – С. 35-39.
4. Кудашев И. С. Проектирование переводческих словарей специальной лексики. [Текст] / И. С. Кудашев. – Хельсинки, 2007. – 445 с.

5. Лейчик В. М. Терминоведение: Предмет, методы, структура. – 2-е изд., испр. и доп. / В. М. Лейчик. – М.: Ком. книга, 2006. – 256 с.
6. Литвинко О. А. Проблема терміна і професіоналізму (на матеріалі англійської термінологічної підсистеми машинобудування) / О. А. Литвинко // Вісник СумДУ. Серія Філологія. – 2007. – №2. – С. 143-147.
7. Новодранова В. Ф. Новые подходы к определению основных понятий терминоведения / В. Ф. Новодранова // Новая Россия: новые явления в языке и науке о языке: всеросс. науч. конф.: материалы / Урал. ун-т. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2005. – С. 218-323.
8. Панько Т. І. Українське термінознавство: Підр. / Панько Т. І., Кочан І. М., Мацюк Г. П. – Львів: Світ, 1994. – 216 с.
9. Петрашова Т. Г. Язык для специальных целей в контексте содержания понятий “национальный язык” и “литературный язык” / Т. Г. Петрашова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2008. – № 1 (1): в 2-х ч. Ч. II. – С. 90-93.
10. Суперанская А. В. Общая терминология. Вопросы теории [Текст] / А. В. Суперанская, Н. В. Подольская, Н. В. Васильева. – М.: Книжный дом “Либроком”, 2009 – 247 с.
11. Шелов С. Д. Терминология, профессиональная лексика и профессионализмы (к проблеме классификации специальной лексики) / С. Д. Шелов // Вопросы языкознания. – 1984. – № 5. – С.76-87.
12. Sager J.C. Criteria for Measuring the Functional Efficacy of Term / J.C. Sager // Infoterm. Serp. 6. – Munich, 1981. – Pp. 194-217.
13. Hoffman L. A. A Cumulative Analysis of Scientific Texts / L. A. Hoffman // AILA 81: Proceedings. – Lund, 1981.

*Summary.* The article investigates the problem of the language for special purposes in modern linguistics. The author makes an attempt to analyze professional terms and slang words as a source of tourism terminology enrichment.

**Key words:** terminology, language for special purposes, professional terms and slang words of tourism terminology.

УДК 811.111'42

*З.Ф. Підручна*

## **ДЕЯКІ АСПЕКТИ НАВЧАННЯ АУДІЮВАННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ РОЗМОВНОЇ МОВИ**

*Проаналізовано роль аудіювання у навчальному процесі та досліджено чинники, від яких залежить ефективність навчання аудіювання. Виявлено труднощі процесу аудіювання та запропоновано систему вправ, направлених на результативність засвоєння англійської розмовної мови.*

**Ключові слова:** аудіювання, мовленнєва діяльність, усне мовлення, комунікативні навички, функціональний відбір мовного матеріалу.

Завдання викладача іноземної мови – здійснювати навчання, виховання, розвиток особистості студента засобами цієї мови. Включення студентів у різні види діяльності розвиває в них сенсорне сприйняття, рухову, інтелектуальну, вольову, емоційну та мотиваційну сфери. Це забезпечує варіативність навчального процесу, динаміку занять. Тим самим під час навчання іноземної мови створюються реальні умови, щоб кожен студент спробував свої сили в різних видах продуктивної діяльності і досягнув хоча б у якійсь із них певного успіху. Тому значна робота повинна проводитися в сфері навчання сприйняттю і розумінню мови на слух. У зв'язку з цим необхідно виявити основні характеристики цього виду мовленнєвої діяльності, фактори, які затрудняють сприйняття і розуміння на слух іноземної мови, що дозволило б передбачити вправи на зниження цих труднощів. Велику увагу потрібно приділити проблемі аудитивного матеріалу, питанням доступності мовного матеріалу на різних рівнях навчання, видам пред'явлення матеріалу, системі вправ й ін. Всі ці питання є частиною загальної проблеми навчання, тому соціальні, освітні й педагогічні вимоги до навчання іноземної мови, зокрема аудіювання, зумовлюють актуальність піднятої проблеми й потребують її розв'язання на сучасному етапі.