

Прима В. В.,
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри сучасних європейських мов
Київського національного
торговельно-економічного університету

ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ АНГЛОМОВНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ

Анотація. Стаття присвячена розглядові основних аспектів дослідження англійської туристичної термінології, зокрема функціонального. Розглянуто загальні характерні риси англійської туристичної термінології та особливості функціонування у них туристичних термінів.

Ключові слова: термін, термінологія, путівник, функціонування.

Постановка проблеми. Сучасний етап розвитку лінгвістичної науки характеризується поглибленою зацікавленістю до вивчення підмов, які обслуговують різноманітні сфери професійної діяльності людини. На сьогодні існують численні дослідження як загальнотеоретичних питань термінознавства [2; 4], так і окремих терміносистем, зокрема медичної [5], спортивної [3], юридичної [8] та ін.

Водночас недостатньо дослідженими залишаються терміносистеми порівняно нових галузей діяльності людини, серед яких і туристична, що почала формуватися як індустрія лише на початку ХХ ст., а в Україні з'явилася лише в 90-х рр. [1, с. 6].

Як показує проведений аналіз теоретичних та практичних аспектів дослідження термінології у працях сучасних вітчизняних лінгвістів, найбільш поширеною тенденцією є об'єднання двох аспектів: функціонального та системного – для повного висвітлення особливостей тієї чи іншої терміносистеми. Серед основних завдань, які вирішуються у цих дослідженнях, відзначимо, зокрема, розробку комплексної моделі аналізу термінів для застосування в лексикографічній практиці; вивчення структурних, семантичних та словотвірних особливостей термінів; аналіз системних відношень всередині терміносистеми; систематизація окремих груп термінів за семантичною ознакою; встановлення способів виникнення, мотивації й періодизації виникнення термінологічної лексики; вивчення функціональних характеристик цих одиниць; виявлення зв'язку змістовних та функціональних параметрів термінів; характеристика процесів детермінологізації всередині системи; розробка тезауруса термінології певної сфери діяльності людини [7; 8]. Серед методів дослідження найбільш поширеними є: компонентний аналіз, дефініційний аналіз, польове моделювання (для визначення особливостей семантичної організації досліджуваних груп термінів), контекстуально-інтерпретаційний метод, аналіз дискурсу, кількісний метод (для вивчення функціональних особливостей термінів), етимологічний, діакронічний та когнітивно-ономасіологічний види аналізу (для виявлення внутрішньої форми термінів та висвітлення історії галузевої лексики).

Мета нашої роботи полягає у розгляді особливостей функціонування англійської туристичної термінології у путівниках по Україні.

Матеріалом дослідження слугувала вибірка з таких англійських онлайн-путівників: *World Travel Guide* та *Travel to Ukraine (the Official Travel Website and Guide to Ukraine)*.

Виклад основного матеріалу дослідження. Туристичний путівник (*travel guide*) визначається як друкована книга, електронний чи аудіовізуальний довідник, який присвячений певній країні чи місту, містить інформацію щодо географічних, історичних, культурних особливостей країни, її пам'яток, наявних видів проживання, харчування, транспорту та розваг і, звичай, супроводжується ілюстраціями, схемами, картами [6].

У лінгвістиці путівник розглядається як жанровий різновид туристичного дискурсу [9]. Характерними рисами туристичних путівників є високий ступінь узагальнення, точність, інформативність та імперсональність. Основними функціями путівників є інформативна (представлення фактуальної інформації) та рекламна (створення позитивного образу певного туристичного об'єкта, що має на меті зацікавити потенційного туриста щодо його відвідання). Саме цими функціями зумовлений вибір лексичного складу туристичних путівників.

Слід зазначити, що структура проаналізованих електронних путівників ідентична. Вони, насамперед, містять загальну інформацію про Україну, яка розміщується на головній сторінці путівника. Наприклад:

«Vast and vaguely mysterious, Ukraine is barely known to outsiders despite being one of the largest countries in Europe. It's a country of varied landscapes and surprising cultural diversity. Ukraine's capital, Kiev, founded in the eighth century, displays a heady mix of architecture befitting of a city that was once capital of Kievan Rus, the precursor of the modern Russian state. A wealth of baroque and Renaissance architecture can also be found in Lviv, one of Europe's oldest cities, while Odessa is probably best known for the Potemkin Stairway that featured in Sergei Eisenstein's epic film The Battleship Potemkin» [10].

Як бачимо з прикладу, у цьому блоці інформації укладачі путівника намагаються надати якомога більше фактів та описів місць, які б могли зацікавити потенційного туриста.

Усі джерела дослідження містять короткі відомості про історію країни, особлива увага при цьому надається сучасному стану речей. Велику увагу укладачі досліджуваних путівників приділяють описові культурних особливостей нашої країни. Крім цього, укладачі путівників наголошують на практичних порадах стосовно поведінки іноземця в Україні, його сприйняття господарями та на нормах соціальної поведінки. Це добре ілюструється таким прикладом:

«Social conventions: Ukrainian people are generally warm and friendly to visitors. It is not at all uncommon for Ukrainians to invite strangers into their own homes. Shoes should be removed on entering a home. Formal attire is rarely required, though people

dress smartly for the theatre. Visitors should avoid ostentatious displays of wealth in public places. Men should not shake a woman's hand unless it is offered to them. Women should cover their heads when entering a church or mosque» [11].

Що ж стосується особливостей функціонування термінологічної лексики у розглянутих путівниках, то нами загалом було зафіксовано близько 200 термінів, що вживаються у цих джерелах понад 1000 разів. Проведений аналіз функціонування туристичної термінології в таких путівниках показав, що в них у тій чи іншій мірі представлено декілька мікрополів. Інформативна функція туристичного путівника та стислість викладу зумовлює наявність та рівень репрезентативності певних лексико-семантичних груп (далі – ЛСГ) у складі цих мікрополів.

Проведений аналіз показав, що в досліджених путівниках доволі широко представлене мікрополе «організація туризму». Серед елементів ЛСГ «учасники туризму» найчастотнішими термінологічними одиницями є *tourist, tour operator, travel agency*, наприклад:

«*The following tour operators offer interesting travel packages and holiday advice on Ukraine»* [11].

Чергова група – ЛСГ «види туризму», представлена декількома термінологічними одиницями, зокрема *religioustourism, farmstaytourism*, наприклад:

«*The site covers all types of tourism – from the extreme outdoor activities to the recreational trips and excursions»* [11].

Найбільш представленою у проаналізованих путівниках є ЛСГ «туристична документація». Найчастотнішими за вжитком термінологічними одиницями є: *passport, visa, immigration card, residency permit, health insurance, international driving permit*. Це пояснюється фокусуванням уваги путівників на правилах в'їзду та перебування іноземних туристів на території країни. Зазначимо, що поряд із загальними відомостями путівники надводять також рекламу певних агенцій, які допомагають оформити візу та ін.:

«*Visa Agencies: Avoid the stress and queues, get a visa agency to arrange your visa.*

Travel Visa Pro, San Francisco, USA. (866) 378-1722»

Отже, вузькоспеціальна термінологічна лексика, до якої належать конститuentи мікрополя «організація туризму» досить широко представлена у досліджуваних словниках, особливо ЛСГ, які містять номінації, що позначають учасників туризму, його види та туристичну документацію.

Характерні для путівників риси стислості й узагальнення зумовлюють також і особливості функціонування мікрополя «організація проживання», яке представлене у вибірці лише однією ЛСГ «*туди готелів*» (*hotel, hostel, five-star hotel, home stay, camping, self catering*), тоді як інші ЛСГ («*туди номерів*», «*готельні послуги*» та ін.) не є релевантними для туриста внаслідок своєї детальності. Так, укладачі путівників детально зупиняються на варіантах проживання, наявних в Україні. Одні з них наводять загальний опис варіантів житла, тоді як інші обмежуються переліком назв готелів у різних містах та наводять їх контактні дані. Наведемо деякі приклади.

«*Hotels:*

Not long ago, most hotels in Ukraine were former Soviet institutions where little had changed for decades. These days, many of the older establishments have been either closed or refurbished to a decent standard offering a range of rooms of varying quality and price. In larger towns and cities, especially in Kiev, Odessa, Lviv and Yalta, there is also a new generation of hotels offering the same high standards found elsewhere in Europe» [10].

Багато уваги укладачі путівників приділяють тому, яким чином можна дістатися до України та способам переміщення всередині країни. Саме тому мікрополе «організація перевезення» та його структурні підрозділи досить широко представлені в нашій вибірці.

Насамперед відзначимо велику репрезентативність ЛСГ «повітряне перевезення» (*airport, airline*). Досліджені путівники наводять інформацію про національні та міжнародні авіалінії та перельоти, які ними здійснюються:

«*Flying to Ukraine*

The national carrier is Ukraine International Airlines (PS) (tel:(44)581 5050; www.flyuia.com/eng/uk)s» [10].

Зазначимо, що найбільш репрезентативною за чисельністю термінологічних одиниць є ЛСГ «наземне перевезення» (*taxi, car rental, minibus, railway*). Знову ж таки інформація подається блоками, які тематично відповідають таким підгрупам як «залізничне перевезення» та «міський транспорт». Особлива увага укладачів прикута до доволі відомої проблеми – стану українських автошляхів. Тут зустрічаємо прикметники із негативним забарвленням, які, втім, не є суб'єктивними, а позначають реальний стан речей: «*Road: Getting around by road can be difficult outside the main cities: roads are often pot-holed and driving standards can be poor. Side of road: Right. Road quality: Outside urban areas, Ukrainian roads can be badly lit and in poor condition. Petrol stations and repair garages are becoming more common, but it is recommended to carry spare parts. Diesel, leaded and unleaded petrol are available. Cash is usually required at petrol stations»* [11].

Остання лексико-семантична група у складі цього мікрополя – ЛСГ «водне перевезення» (*cruise, seaport, river port*) також представлена у нашій вибірці. Проте рівень її репрезентації поступається попереднім ЛСГ, що зумовлено порівняно нерозвинутою системою пасажирських перевезень водними шляхами України.

Мікрополе «організація харчування» також є репрезентативним, оскільки відображає національну специфіку, яка має зацікавити потенційного туриста. Велику роль у цьому відіграє безеквівалентна лексика, яка репрезентує українські побутові реалії, наприклад, *varenyky, borshch, holubsi, deruny, chicken Kiev*. Наведемо деякі приклади:

«*Traditional Ukrainian food, such as that in Russia, is mostly of the «filling and hearty» variety, with a heavy emphasis on dumplings, potatoes and sour cream.*

Specialties:

• *Borshch (beetroot soup made with meat broth).*

• *Varenniki (dumplings containing potatoes, cheese, meat or fruit).*

• *Deruny (potato pancakes).*

• *Pelmeny (meat-filled ravioli originally from Siberia).*

• *Chicken Kiev exists but is better known in the West»* [10].

Як бачимо, при вживанні безеквівалентної лексики укладачі путівників обов'язково наводять тлумачення цієї реалії. Таким чином, аналіз функціонування мікрополя «організація харчування» показав, що воно є відображенням поєднання інформативної та рекламної функцій путівника.

Подібне поєднання інформативної та рекламної функцій спостерігаємо і в особливостях функціонування мікрополя «організація дозвілля», що не лише відображає наявні в Україні можливості для відпочинку, а й прагне зацікавити подорожуючих. Так, досить широко представлено ЛСГ «активний відпочинок» (*hiking, cycling, skiing, river rafting, bowling*), наприклад:

«River swimming: Join the locals who swim in summer in the Dniper River in Kiev and climb onto its ice in winter to fish. Even better, come here for Orthodox Epiphany and be splashed with icy water during the celebrations» [10].

Висновки. Зібраний у ході дослідження матеріал свідчить про те, що в реалізації рекламної функції туристичного путівника велике прагматичне навантаження містять якісні прикметники, емоційно-експресивне забарвлення яких сприяє вихвалянню обраного об'єкта. Серед зафіксованих прикметників найбільш уживаними є такі лексичні одиниці: *beautiful, fascinating, stunning, striking, unique, engrossing, magnificent, spectacular, exciting*, що вживаються в описах історичних та культурних пам'яток України. Водночас інформативна функція та прагнення до точності фактуальної інформації зумовлюють функціонування прикметників із негативною оцінкою при описі деяких аспектів інфраструктури країни: «*badlylitroads, poor condition*». Реалізації рекламної та інформаційної функцій також сприяє полікодовий характер путівника – наявність ілюстративного матеріалу, що, з одного боку, візуалізує фактуальну інформацію (різного роду мапи), з іншого – допомагає формуванню високої позитивної оцінки певного об'єкта (фото).

Перспективи подальшого дослідження вбачаємо в детальному аналізі лінгвокультурологічних та функціонально-стильових параметрів англomовних путівників.

Література:

1. Агафонова Л.Г. Туризм, готельний та ресторанный бізнес : ціноутворення, конкуренція, державне регулювання. – К. : Знання України, 2002. – 227 с.
2. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. – 4-е изд. стереотип. – М. : КомКнига, 2007. – 576 с.
3. Богуславський С.С. Футбольна термінологія в німецькій мові : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.04 / С.С. Богуславський. – О., 2010. – 20 с.
4. Винокур Г.О. О некоторых явлениях словообразования в русской технической терминологии / Г.О. Винокур // Труды Моск. ин-та истории, философии и литературы : сборник статей по языковедению. – Т. 5. – М., 1939. – С. 3–54.

5. Віт Ю.В. Англomовна офтальмологічна термінологія : лінгвокогнітивний аспект : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.04 / Ю.В. Віт. – О., 2006. – 21 с.
6. Киселёва Л. Путеводитель как семиотический объект : к постановке проблемы / Л. Киселёва // Путеводитель как семиотический объект : сборник статей. – М., 2008. – С. 10–18.
7. Литвинко О.А. Словотвірні та семантичні характеристики англійської термінологічної підсистеми машинобудування : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.04 / О.А. Литвинко. – Х., 2007. – 20 с.
8. Манжос Я.Ю. Семантичні та функціональні особливості англomовних юридичних термінів – назв злочинів проти людини : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.04 / Я.Ю. Манжос. – Х., 2011. – 20 с.
9. Филатова Н.В. Жанровое пространство туристического дискурса / Н.В. Филатова // Вестник МГТУ. – 2012. – Вып. 2. – С. 56–63.
10. Travel to Ukraine [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.traveltoukraine.org>.
11. Ukraine // World travel guide [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.worldtravelguide.net/ukraine>.

Прима В. В. Функциональный аспект англоязычной туристической терминологии

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению основных аспектов исследования англоязычной туристической терминологии, в частности, функционального. Рассмотрены общие характерные черты англоязычных путеводителей и особенности функционирования в них туристических терминов.

Ключевые слова: термин, терминология, путеводитель, функционирование.

Prima V. Functioning aspect of the English tourism terminology

Summary. The article outlines main aspects of study of the English tourism terminology, in particular, functional. General specific features of the English guides and peculiarities of tourism terms functioning in them have been viewed in the article.

Key words: term, terminology, guide book, functioning.